دكتور صلاح الدين عبد الوهاب

تخطيط الموارد السياحية





التراث والعلوم الإسلامية لكل الشعب

تصدر عن مؤسسة

دار الشعب

للصحافة والطباعة والنشر

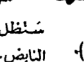
رئيس مجلس الإدارة
ومدير عام التحرير

أحمد شوقي القيعي

رئيس التحرير

أنور زعلوك

الإدارة: ٩٢ شارع قصر العيني - القاهرة
ت: ٢٥٥١٨١٠ / ٢٥٥١٣١٨ / ٢٥٤٢٨١٠٠ / ٢٥٥١٥٩٩
تلكس دولي: ٢٥٧٤



ستظل القاهرة .. دائما قلب العروبة والاسلام النابض .. تتبوأ مكانتها التاريخية والحضارية .. في عالم الفكر والثقافة والنشر !!

سكرتارية التحرير:
ثروت الشعراوي
أنور عبد الدايم
محمد يوسف السيد

الإشراف الفني:
م. محمد أبو ليلة
حسن أحمد خليل





دكتور صلاح الدين عبد الوهاب



١٤٠٩ هـ
١٩٨٨ م

مطابع دار الشعب بالقاهرة

الإهـداء

الى زوجتى التى حملت رسالة الحياة ومشعل العلمية والموضوعية دون تردد ورغم ما واجهنا من صعاب •

الى رجال السياحة فى مصر روادا ومسئولين واساتذة وعاملين •

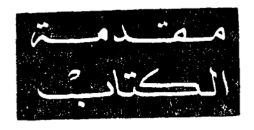
الى كل من يعمل بجد وامانة واخلاص لتنمية السـياحة فى مصــر •

الى طلبتى بكليات السـياحة والفنادق فى مصر والخـارج •

والى كل من يجد فى هذا الكتاب ما ينتفع به •

د. صلاح الدين عبد الوهاب

بسم الله الرحمن الرحيم



ترددت كثيرا قبل أن اخط بالقلم اول خط فى هذا الكتاب . ذلك اننى اعلم جسامة عبء معالجة موضوع التخطيط السياحى وقد قمت بتدريسه فى الجامعات الامريكية لعدة سنوات ومارسته عمليا داخل مصر واثناء عملى بالامم المتحدة سنوات عديدة .

وكان كلما جلست لاكتب تسارعت الافكار امام قلمى وتزاحمت حتى تسد الطريق عليه فيقف . وجوانب الموضوع كالبحر المتلاطم الامواج لا حدود له ولا يستطيع الانسان أن يملك نفسه من أن يهاب النزول فيه . وفضلا عن ذلك فان علم التخطيط السياحى علم جديد تتكامل فيه علوم اخرى كثيرة فكأنه رغم حداثته عملاق يخشاه كل من يقترب منه .

واخيرا فان التخطيط السياحى يشمل تخطيط العرض السياحى بما فيه من موارد طبيعية وحضارية وبيئية واجتماعية واقتصادية ، وكذلك مقومات صناعة السياحة ذاتها من صناعه نقل وصناعة فنادق وصناعة المطاعم والملاهى ونشاطات شركات السياحة ... الخ ، فضلا عن اشتماله لتخطيط الطلب السياحى او العمل على تخطيط الطلب عن طريق مجهودات التسويق السياحى . فالتنمية السياحية لها مدلول شامل لكل ذلك ولا يتصور قصرها على عنصر دون الآخر.لذلك فقد اطلقت على هذا الكتاب اسم تخطيط الموارد السياحية متضمنا ... تخطيط الموارد الطبيعية والحضارية وبرامج التنمية السياحية الأخرى بمنهجية عملية تبدأ بنظرية التخطيط ونظرية النمو الاقتصادى والتنمية الاقتصادية وشرح مضمون التخطيط السياحى واسسه ثم مراحله واتجاهاته فى القسم الأول . وكان

لابد بعد ذلك من التعرض لتطبيقات التخطيط السياحى فى مصر فشملت التنمية السياحية فى مصر ومواجهة معوقاتها ثم السياسة السياحية الشامله لمصر ثم اقامة جسور العلاقة بين السياسة السياحية واستراتيجيات التنمية والتخطيط،والتفاعل بين تخطيط التنمية السياحية والبيئة ضاربا المثل بالخطط الخمسية للتنمية السياحية فى مصر • وكان ذلك قوام القسم الثانى من الكتاب •

ويتناول القسم الثالث فنية التخطيط السياحى من وضع الأهداف العامة والمحددة الى البحوث ودورها فى عملية التخطيط الى جمع شتات المعلومات والبيانات فى خلاصة ذات معنى ثم وضع التصور العام للتخطيط وتنتهى باصدار التوصيات التخطيطية • ويضم هذا القسم كذلك تفاصيل التخطيط الطبيعى والتخطيط الاقليمى وتخطيط المراكز أو المنتجعات السياحية •

واخيرا يضم القسم الرابع من الكتاب بعض نماذج التخطيط السياحى الشامل والاقليمى فى العالم المعاصر ومصر فشمل فرنسا ويوغوسلافيا ومصر •

والله وحده اسأل ان اكون قد وفقت فى هذا الكتاب الذى يتعرض للتخطيط السياحى من حيث كونه اداة ترشيد عامة للتنمية السياحية على مستوى الدولة او الاقليم او المنطقة •

اما مشروعات التنمية السياحية فارجو ان اوفق فى معالجة تخطيطها فى كتاب آخر يتلو هذا الكتاب مباشرة ان شاء الله •

فمصر احوج ما تكون فى حاضرها ومستقبلها الى العمل العلمى المنظم ولا خلاف فى ان السياحة تستطيع ان تمد مصر باداة رئيسية من ادوات التنمية الاقتصاديه والاجتماعية ان احسن تخطيطها وتنفيذ هذا التخطيط بأسلوب علمى يقوم به ذوو الخبرة والتجربة الحقيقية فى هذا المجال لا مدعوها •

وعلى الله قصد السبيل •

دكتور : صلاح الدين عبد الوهاب

القسم الأول

□ الإطار العام للتخطيط السياحي

الباب الأول

نحو نظرية عامة للتخطيط

الموقف الحالى وموجبه العقلى

ان الحاجة الى التخطيط تقوم بوجه عام على دعامتين رئيستين : ـ

الاولى : تحليل الموقف الحالى بصفة عامة الذى نجد انفسنا فيه محاطين بوقائع واحداث هامة وخطيرة ومقلقة لا نستطيع تفسير ديناميكيتها الذاتية ولا نتائجها النشطة دون خلق نظام واطار منطقى يمكن ان يحتويها ولا شك ان غياب مثل هذا الاطار يجبر كثيرا من الناس على محاولة التصدى لهذه الوقائع والاحداث بصورة تلقائية اى حلها طبقا لمنطق رد الفعل الذى ينطوى فى واقع الأمر على ايجاد الحلول الحالة وفقا لأسلوب تخطيطى يضم أجزاء لا يجمع بين بعضها والبعض اى رباط عضوى أو منطقى يفسر بطريقة متماسكة تلك الحلول التى قصد بها مجرد مواجهة المشاكل والأحداث .

الثانية : الموجب العقلى intellectual imperative **وهو تلك الخصيصة الذاتيـة للتفكير العقلى المتزن** التى توجب خلق الأفكار المعبرة عن تصورات ومعتقدات رشيدة يجمع بينها رباط منظم وتنقلب به من مجرد تصورات الى معقولات نظرا لاتصالها بأشكال من القواعد السائدة والتى تجعل من عملية الترشيد ضرورة عقلية ومشروعة . وهذه هى ارادة التغيير .

ولعل السبب الرئيسى فى اخفاق القواعد والقيم السائدة فى بعض المجتمعات عن أن تستمر سياستها وحكمها لسلوكيات وتصرفات الأشخاص هو سرعة وضخامة التغيرات الطارئة على المجتمع وهى تغيرات شديدة اقتصادية وسياسية تولد آثارا اجتماعية ونفسية تتحدى القواعد والقيم الموروثة السائدة فتزيحها من الطريق وينحسر سلطانها نتيجة رغبة الأشخاص فى الأخذ بالاسهل والتسليم بالواقع . وهنا تقع مواطن الخطر التى تهدد الانسان وتعيده تدريجيا الى الوراء بالنسبة لتجاربه المكتسبة والموروثة عبر قرون عديدة من الزمان سواء بالنسبة للخبرة او القيم او السلوكيات . ولا شك أن للافكار الماركسية اثرا كبيرا فى ذلك لانها تحد لتلك القيم ودفع لتلك السلوكيات التى كان للاديان شأن كبير فى

تشكيلها . وتعمل هـذه الاحداث كلها على مسرح الحيـاة وفقا لقـانون السبب والنتيجة .

والتخطيط هو نظام مستحدث فى خبرة الانسان ولايزال علما فى دوره الابتدائى رغم كل الأبحاث والمؤلفـات التى ظهرت فيه . ويرتبط التخطيط ارتباطا وثيقـا بنظرية النظم وهى أيضا نظرية حديثة نوعا ما ولا نزال تحتاج الى كثير من البحث والتعميق . وكان النظام System محل اجتهادات كثيرة من العلماء لوضـع تعريف مقبول له ابتداء .

وقد وضع كل من هـول وفيجان تعريفا للنظـام بأنه « مجموعة الأشـياء والعلاقات التى تربط بين هذه الأشياء وخصائصها » .

ويرى بعض علماء النفس ان النظام هو مجموعة العناصر المحـددة المعرفة التى ترتبط وتتساند فيما بين بعضها البعض بشكل ما والتى تستمر فى العمل معا طبقا لقوانين معينة وبطريقة ما بحيث تنتج أثرا كاملا ملحوظا .

وبمعنى آخر فان النظـام هو كل ما يتعلق بنشـاط معين محتفظا بنوع من التكامل والوحدة بين عناصره . والنظـام المعين يختلف عن النظم الأخرى والتى قد يكون بينها رباط ديناميكى ، وقد يكون نظاما مركبا من عـدة انظمة فرعية مرتبطة ومتفاعلة كل منها يمكن ملاحظة استقلاله فى العمل ولكن بصـورة اقل من استقلالية وتكامل النظام الكامل .

والتغيير الذى يهدف التخطيط الى احداثه فى النظام القائم للاشياء يجب النظر اليه فى اطار هذا التركيب المعقد المتدرج الذى يتراوح بين أسهل الوحدات والأشياء الى مجموعات أكبر وأكبر من الكيانات والعناصر والخصـائص الى أن نصل الى ما يمكن تسميته بالنظم الحركية المعقدة .

وهذا هو جوهر نظرية التخطيط العامى الذى يقوم على سـؤال هام وهو لماذا نقوم بهذه العملية المعقدة ؟ والاجابة على السؤال تكمن فى عبـارة ظاهرها سهل يسير وحقيقتها معقدة تماما وهى لكى نحدث التغيير المنشود .

فالتخطيط هو ان نحدث تغييرا مقصودا مسبقا فى الشىء او الموقف الراهن أو هو التصميم العقلى المسبق للشىء بحيث تترتب النتائج المتصورة مسبقا ككل عليه قبل برمجة العمل .

وهذا التسبيب والتصور العقلى لفكرة التخطيط يوجب وضع الفروض الآتية : ـ

١ ـ التخطيط هو ان تقوم بعمل على شيء

٢ ـ التخطيط هو ان تقوم بعمل ما على شيء لغرض معين .

٣ ـ التخطيط هو أن تقوم بعمل ما على شيء بغرض احداث تغيير فى هذا الشيء

٤ ـ التخطيط هو تعريف الغرض من التغيير الذى يقصد إلى احداثه فى الشيء

٥ ـ التخطيط هو تصميم الأعمال التى من شأنها احداث تغيير فى الشيء بشكل محدد سلفا .

وهذه الفروض يمكن اختبارها وتحقيقها بأن نسأل انفسنا الا يعتبر تخطيطا ان نعمل بصورة نضمن ان الشيء لا يتغير بل يبقى كما هو بحالته تماما ؟ .

ظاهر أن الاجابة على هذا السؤال ليست من السهولة فى شيء . فاختيار عدم القيام بعمل ما على شيء هو موقف سلبى لا يمكن ان يوصف بانه تخطيط الا فى حالتين : ـ

الأولى : حين يكون الاختيار بترك الشيء على حاله الآن بقصد مباشرة العمل فى المستقبل .

الثانية : حين يكون الاختيار بترك الشيء على حاله مقصودا به أن حالة الشيء الراهنة تتفق تماما مع ما يعتقد من انه الموقف الذى يجب أن يكون . بل العمل التخطيطى هنا هو تحدى التغييرات بابقاء الحال على ما هو عليه .

وهاتان الحالتان هما متغيران للفرض الرابع السابق وروده ضمن الفروض الخمسه . ولعل مصدر صعوبة الاجابة على هذا السؤال تكمن فيما يعتقده الانسان من ان عجلة التقدم نحو الرخاء تفترض العمل على تحسين الاوضاع القائمة وعدم الوقوف عند الحاضر بشكل يصبح فيه التقدم المدعى به قوة حية ديناميكية تدفع كل شيء فى طريقها ، ويصبح التخطيط بذلك صنوا لتغيير الوضع القائم . وظاهر خطأ هذه الفكرة ؛ لأن النمو أو التقدم قد يكون ضارا كما يكون نافعا . وضرره انه يؤدى الى التهام الموارد وتغيير جوهرى فى البيئة الطبيعية وخط السماء والبحر مما قد يكون له ضرر بالغ على الانسان ذاته بل وتدميره . وليس التقدم المادى الذى ينشده العالم عملا واحدا وينتهى بل هو عملية مستمرة لا تنتهى أبدا ، بل انه حين يصل الى درجة عالية قد يقضى على انسانية الانسان ويصيره حيوانا اقتصاديا .

واذا كانت التكنولوجيا الغربية هى وليدة التقدم العلمى وتعمل عملها عن طريق استخدام وسائل علمية : فانها تختلف مع ذلك عن العلم فى قيمتها الأساسية ، فهى لا تهدف الى الحقيقة الموضوعية فى صورة المعرفة المطلوبة لذاتها كالعلم فى تجرده بل هى تطبيق للمعرفة عن طريق وسائل التحويل الى أشياء مادية يترتب عليها نفع البشرية كالآلات والمعدات والتجهيزات (وهى خطوات انتقالية) الى بضائع استهلاكية وخدمية لاسعاد البشر بتحقيق رخائهم المطلق فى نظرهم (وهى المحصلة النهائية) .

ولذلك فان التكنولوجيا تحكمها فكرة المنفعة التى تتضمن الاعتراف بأنه من التجريب المستمر الهادف الذى يشجعه العلم ، يمكن الوصول الى نتائج مطلوبة تؤدى الى انشاء وخلق أشياء معقدة تفيد البشرية . وهذا المبدأ الحاكم يشارك فيه مع التكنولوجيا كل من الفنون الهندسية والاقتصاديات . ففى الأولى يعبر عن المنفعة التساؤل هل سنعمل هذه الآلة ؟ وفى الثانية يعبر عن المنفعة السؤال هل تسد حاجة او هل هناك طلب عليها ؟ أو هل يمكن انتاجها بتكلفة تسمح بوجود طلب كبير عليها ؟ وبذلك تكون للقيمة الهيكلية للتكنولوجيات ثلاثة مكونات رئيسية : مكونات عملية وهندسية وهى تحكم وسائلها الى حد كبير ، ومكون اقتصادى وهو يحكم الطلب عليها .

ولكى نلخص ما فات من افكار فان التخطيط هو القيام بعمل على شىء بقصد تغييره الى حالة مرغوبة أكثر من الحالة القائمة .فمفهوم المرغوب أكثر لدى المخطط يتساوى مع مفهوم التغيير الى الاحسن .

ويقتضى ذلك ضرورة التنبؤ بالمستقبل بصورة علمية مؤسسة على حقائق الماضى والحاضر وتتسع لاستيعاب المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسيكولوجية الحادثة أو المتوقع حدوثها بناء على عناصر المشاهدة الدقيقة ، ويستخدم ذلك كله فى بناء فروض مستقبلية عديدة تنتظمها نماذج رياضية مؤسسة على خلط من نوعين من المحددات احدهما يظهر تحت عنوان « المخاطر » والآخر يندرج تحت وصف « الاحتمالية أو عدم اليقينية » . وهذا الاتجاه العلمى يعرف المخاطر بأنها القياس الكمى لنتائج (عادة ربح أو خسارة) تسمح باحتمال التنبؤ بهذه النتائج أو المخرجات . أما عدم اليقينية فتمثل المخاطر التى لا يمكن قياسها موضوعيا .

ولعل أهم عنصر يحكم هذا الاتجاه العلمى هو « ارادة التغيير » .

لأن كل هذه الاتجاهات العلمية التى تبدو معقدة أحيانا لا يمكن ان تنتج اثرا الا اذا دعمتها وساندتها ارادة جادة لأحداث التغيير المنشود .

المبادىء الحاكمة للتخطيط :

اولا ــ ان التغيير فى نظــام القيم الســائدة هو وحــده الذى يحــدث تغييرا فى الموقف الراهن :

يجب فهم التغيير المخطط على انه تغير اساسى فى المفاهيم الحــالية والتراكيب والسلوك أو تغيير من شأنه تعديل الحقيقة التصورية للاشــياء وقيمة التصــور ذاته . وهنا يجب اللجوء الى نظام القيم السائدة فى المجتمع وفحصها على ضــوء التقاليد الموروثة الايجابية والسلبية ومستحدثات السلوك الانسانى فى المعاملات الاجتماعية الايجابية والسلبية ، ثم العمل على احياء الموروث الايجابى ان كان قد اهمل أو ترسيخه أن كان موجودا ، وهجر السلبيات سواء الموروثة أو المستحدثة على ضوء المبادىء الدينية والاخلاقيات المثالية .

وقد فهمت الدول الغربية المتقدمة ذلك ووضعت منذ اســتقرت الثــورة الصناعية أسس اعادة بناء نظــام القيم الغربية الســديدة ، بل انهم كانوا يبحثون عن السر الذى جعل العرب ومن بعدهم المغول ينجحون فى غزو نصف العالم وكانوا فى ذلك الوقت قبائل متأخرة .

□ □ □

ولايزال هذا التطور الفكرى والقيمى فى الغرب يسير بخطى وئيدة مع التطور الكيفى الحادث نتيجة الثورة التكنولوجية فى النصف الثانى من القرن العشرين .

ثانيا ــ الفرد وحده هو الذى يستطيع احداث هذا التغيير فى القيم :

تدل المشاهدة والملاحظة فى تاريخ المجتمعات التى تعــدلت فيها نظــم القيم السائدة كالمجتمعات الغربيــة واليابان ان المعــالم الجديدة للقيم تحدث كلمحات وأفكار فى عقول الافراد ، فاذا حدث قبول لها ينتقل التغيير فى القيم الى المجتمع من واقع ممارسات الأفراد فتصبح قيما اجتماعية يتسع نطاقها تدريجيا فى المجتمع فتصبح مقبولة من غالبية الناس قيما اجتماعية جديدة ملزمة .

وبالتالى فان أى تغيير فى نظم القيم الســائدة فى المجتمع هو نتيجة الممارسة الخلاقة لارادة الأفراد وادى تعميم هذه الممارسة الى خلق نوع جديد من المستقبل . وعلى ذلك فان اية قرارات فوقية بفــرض قيم معينــة على مجتمع معين لا يكتب لها النجاح الا مؤقتا مادامت لم تدعمها ممارســات الأفراد فيما بينهم بعد قبول هذه القيم الجــديدة ، اللهم الا اذا كان التغيير الحادث فى القيم بقرار فوقى هــو التغيير الى أسوأ نتيجة التسيب واللامبالاة فحينئذ يمكن لهذا التغيير أن يستشرى لأن الهدم سريع الاثر دائما .

ثالثا ـ تغيير القيم لا يمكن التنبؤ به :

ان القيم ، بطبيعتها تكون حالة عقلية وعاطفية معينة نفرض نفسها على المعلومات السائدة فى المجتمع . وحينئذ حين نتكلم عن نظام قيم مستقبل فانما نتكلم عن حالة مستقبله للمعلومات السائدة فى المجتمع ، وهذه لا يمكن معرفتها مقدما لان العلم بالشىء انما يستمد وجوده من حاضر هذا الشىء ويصبح بالتالى من الواجب الاعتراف بان المعرفة تفقد مستقبلها . وبمعنى آخر ولتقريب هذا المعنى المجرد من الذهن فاننا نقول انه لو علمنا اى نظرية ستحل فى المستقبل محل نظرية النسبية ، فاننا لا نحتاج الى الانتظار حتى تحل هذه النظرية المستقبلية محل النظرية السائدة حاليا لأنها ـ بواقع معرفتها ، تصبح واقعا فى الحاضر وليست مستقبلية .

وترتيبا على ذلك فانه اذا كان التغيير فى القيم الحالية هو وحده الذى يغير من الواقع الحالى ، وان تغييرات القيم لا يمكن التنبؤ بها ، فان الطريق الوحيد للاتجاه الى مستقبل أفضل هو ارادة احداثه والعمل من الآن من أجل صيرورته واقعا حيا .

رابعا ـ أن ضرورة التغيير فى القيم اجتماعيا نتيجة الممارسات الخلاقة للأفراد للقيم الجديدة هو الذى يخلق « التقدم » .

ومعنى ذلك ان تحقيق التقدم أو التحسن فى الموقف الحالى هى بالأصل افكار فردية تحدث فى عقول الأفراد وتنتشر بالممارسات كما قلنا حتى تصبح مقبولة اجتماعيا كقيمة جديدة ، ومن ثم فهى حالة من حالات يقظة الضمير الاجتماعى تؤدى الى بلورة ارادة التقدم والتغيير الى أحسن فى تخطيط يحكم من الآن فصاعدا الاتجاهات الاجتماعية فى تعبئة الموارد وادارتها لتحقيق الغاية المرغوبة موضوع الممارسة الارادية .

خامسا ـ أن التخطيط هو تنظيم للتقدم :

وهذا هو مضمون التخطيط الرشيد Rational Planning وبالتالى فان كل ما قلناه من أفكار يمكن تلخيصه فيما يلى :

١ ـ أن موضوع التخطيط هو المستقبل المنشود أو المستهدف .

٢ ـ ان ارادة المستقبل معناه ارادة تحقيق موقف يختلف فى القيم الحاكمة له اختلافا بينا عن نظام القيم الذى يحكم الحاضر .

٣ ـ التقدم يمثل نظام القيم الجديد .

٤ ـ ان هذا النظام الجديد للقيم يجب تصوره فى اطار الأهداف المراد تحقيقها وان اعتبار اتاحة هذه الأهداف من واقع الموارد يجب أن يكون هو محور عملية التخطيط .

٥ ـ **ان عملية التخطيط على هـذا النحو هى عملية ديناميكيه لانها تعنى احداث تغيير فى الموقف الحاضر لكى يتلاءم مع صـــورة المســـتقبل المراد تحقيقــه** وليس انعكاسا للحاضر فى فكرة مستقبلية مستمدة من القوى المنطقية المتنبأ بها والتى تحكمها . ومعنى ذلك أن الانتقال من الحاضر بمعنى « هنـا الآن » الى المستقبل بمعنى « هناك وحينئذ » ليس الا انتقالا من حاضر غير مرغوب الى حاضر مرغوب عن طريق رابطـة سببية محددة تجعل المســتقبل واضـح الصورة بحيث يعامل عنصر الزمن فيـــه معاملة عنصر المكان طالما أن ارادة التغيير هى ارادة حقيقية مؤسسة على نظام جديد للقيم السائدة .

□ □ □

الباب الثانى

النمو الاقتصادى والتخطيط

الفصل الأول

النمو الاقتصادى والتنمية الاقتصادية

يمكن تعريف النمو GROWTH بانه عملية تحول سواء كنا بصدد اقتصاد دولة نامية أو دولة صــــناعية متقدمة . وهذا التحول يجب أن يكون هادفا بمعنى ان تهدف عملية التحول الى احداث تغييرات هيكلية فى الاقتصاد القومى يترتب عليها رفع المستوى المعيشى وقيمة الحياة لجموع الشعب بصورة منظمة مهما كانت درجة التقدم التى عليها الدولة لان النمو طريق لا نهاية له يمثل طموح شعب فى ان يرفع من مستواه وان يتقدم فى مضمار الحياة وفى نسبة مشاركته فى رخاء الانســــانية واسعادها عن طريق الاســتجابة الى كل مطالبها المشروعة اخلاقيا ودينا ، واخيرا احراز التقدم فى دعم صورته بين شعوب الارض .

وقد ركز الاقتصادى الاسترالى كولان كلارك على سيطرة القطاعات الاقتصادية المختلفة على المراحل المختلفة للنمو والتحديث . فعنــده تعتبر التنمية عمليــة متتابعة الحلقات تشــمل القطــاع الانتاجى الأولى وهو الزراعة والصـــناعات الاستخراجية ؛ والقطاع الانتاجى الثانى وهو الصناعة التحويلية ، والقطاع الانتاجى الثالث ويضم التجارة والخدمات . فالقطاع الأولى يسود وحده فى الدول النامية ، والقطاع الثانى يسود فى الدول الصناعية المتقدمة والقطاع الثالث يســود فى الدول الأكثر تقدما أى التى تجاوزت مراحل النمو الزراعى والنمو الصناعى وأصبحت دولة ما بعد الصناعة POST INDUSTRIAL.

أما الاقتصادى الامريكى روســتو ROSTOW فيرى ان النمو يتحرك من مجتمع تقليدى الى مجتمــع انتقالى (حيث ترسى دعائم النضوج) الى مجتمــع انطلاق (حيث تنطلق عجلة النمو وتسرع الخطى) الى مجتمع النضــوج . وقد ظهــرت نظريات متعددة لتفسير عملية الانتقال من مرحلة تالية لعل من أكثر عواملها فعالية عنصر المبادأة الفردية ENTREPRENEURSHIP والاستثمارات .

وتختلف عبارة النمو الاقتصادى ECONOMIC GROWTH عن عبارة (التنمية الاقتصادية) ECONOMIC DEVELOPMENT في أن التعبير الأخير ينطبق فى نظر الاقتصاديين على المجتمعات الآخذة فى النمو والنامية فى حين أن تعبير النمو الاقتصادى يطلق على المجتمعات المتقدمة التى ينمو فيها الدخل الفردى ، ففى نظر الاقتصادى الامريكى روستو يتم هذا النمو بين مرحلة الانطلاق ومرحلة النضوج ، وفى نظر كولان كلارك يتم هذا النمو بين المرحلة التى يسود فيها القطاع الانتاجى الأولى والمرحلة التى يسود فيها الانتاجى الثانى .

ولعل العلامة الأساسية الأولى فى التنمية فى مجتمع ما هى انهبوط الشديد فى نسبة العمالة الزراعية الى المساحات المنزرعة نتيجة التوسع فى الميكنة الزراعية . وهناك جوانب أخرى للنمو . فالتدهور الزراعى والتوسع الصناعى والخدمى أدى بوجه عام الى تركز السكان فى المدن أولا فيما سمى بالمدينة القلب CORE CITY وبعد ذلك فى الضواحى . وفى السنوات الأولى للنمو فى الغرب تركزت الاستثمارات فى البنية التحتية وطرق النقل والمواصلات أكثر مما تركزت فى الصناعة ، ثم حدث بعد بدء تكامل المرافق العامة ان تركزت الاستثمارات فى الصناعة . وكان التركيز فى البداية على انتاج السلع الاستثمارية أى الآلات والمعدات ثم بدأ الاتجاه يتزايد نحو انتاج السلع الوسيطة والاستهلاكية .

ولقد استرعى تحقيق نسب عالية للنمو فى المانيا الغربية واليابان وايطاليا فى الفترة الزمنية بين سنة ١٩٥٠ ــ ١٩٦٦ انتباه المحللين الاقتصاديين نظرا لأن هذه الدول كانت متأخرة نسبيا فى درجة النمو الاقتصادى عن الدول الغربية الأخرى مثل بريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة . فذهب البعض الى ان من يبدأ متأخرا زمنيا يمكنه تحقيق نسب أسرع من النمو نظرا لنقله التكنولوجيا المتقدمة التى تحققت فى الدول الأخرى فيتفادى العثرات وتجارب الخطأ والصواب التى مرت بها تلك الدول .

تحليل النمو :

لتفسير ظاهرة تحقق معدلات نمو أسرع فى بعض الدول من معدلات النمو فى دول أخرى او تحقق معدلات نمو اعلى فى بعض المراحل الزمنية منها فى مراحل أخرى ، وجد الاقتصاديون العالميون من المناسب أن يعزى ذلك الى الوظيفة الانتاجية PRODUCTION FUNCTION وهذه هى طريقة رياضية لايجاد الصلة بين بعض معايير المخرجات (مثل الناتج الاجمالى القومى) الى المدخلات المطلوبة لتحقيق هذه المعايير . فمثلا ، يمكن ايجاد الصلة بين الناتج الاجمالى المحلى وبين حجم العمالة مقيسة بعدد ساعات العمل/رجل ، الى تكوين رأس المال مقيسا بكمية النقود : الى مدخلات أخرى مختلفة تعتبر هامة . ويمكن وضع معادلة

رياضية لذلك تبين ان معدلات نمو الناتج الاجمالى القـومى يتوقف على معدلات نمو حجم العمالة وراس المال ومتغيرات اخرى . ويمكن فى هذا المجال افتراض أن تأثير كل من هذه المدخلات طردى . ومن هنا يمكن وضع تصورات معينة ، بعضها صحيح وبعضها غير صحيح ، ان قيمة ما يدفع للعمالة من أجور وما يستحق لراس المال المســـتثمر من ارباح وفوائد هو مقياس عادل لمدى ما يقدمه كل من هذين العنصرين فى عملية الانتاج وتعبيرا عن الأهمية النسبية لكل منهما فى عملية الانتاج فى فترة زمنية معينة .

وقد اجهد الاقتصـــاديون الغربيون انفســـهم فى البحث لقياس المدخـلات فى العملية الانتاجية بصورة أكثر دقة عن طريق أخذ عنصر رفع مستوى الجودة فى العمالة وراس المال فى الاعتبار . ولذلك فان ســـاعات العمل / رجل يجب أن تتحول الى ساعات أو وحدات انتاج فعال EFFICIENCY UNITS وهنا يدخل مستوى التعليم والتدريب ، وســـنوات الخبرة والصحة البدنية والنفسية فى الاعتبار . ويسرى ذلك التحليل على راس المال ، فالتحسين الطارىء على مستوى التصميم يزيد من فعالية السلع الرأسمالية بحيث يصبح قيمة الجنيه من معدة أو آلة مشتراه اليوم أكثر فعالية من قيمة الجنيه من آلة أو معدة مشتراه فى العام الماضى . وبذلك يكـون معدل نمو رأس المال المقيس بما طرأ عليه من تحســـينات فى الجودة أكبر بكثير من معدل نموه مقيسا دون تحسين فى الجودة .

وكذلك فان للنمو والتقدم التكنولوجى مصـــدرا آخر هو انتقال الطلب من قطاعات الانتاج الادنى الى قطاعات الانتاج الأعلى مما يسببه اعادة توزيع الموارد . ولعل أهم تطبيق لذلك هو انتقـال العمالة من الزراعة ــ كقطاع ذى انتـــاج أدنى تقليديا ــ الى الصناعة ثم الى الخدمات .

واذا كان عادة توزيع الموارد بين القطاعات الانتاجية المختلفة يتم خلال مراحل النمو والتنمية باشـكال متفاوتة من دول الى اخرى ومن زمن الى زمن طبقا لما تقتضيه طبيعة العملية الانتاجية ، فان ذلك يتم بقيادة أصـحاب الأعمال والمبادأة فى الاستثمار . ويرى كثير من الاقتصاديين ان تفاوت مستوى جودة أصـحاب الأعمال يفسر الاختلاف القائم بين معدلات التقدم الفنى أو التكنولوجى بين الدول . ولذلك يمكن تصور وجود دولتين يتوفر فيهما معدلات استثمارية متماثلة تؤدى الى معدلات متماثلة تقريبا فى نموراس المال لا تنتج بالضرورة معـدلات متماثلة من التقدم الفنى والتكنولوجى . ويعزى السبب فى الاختلاف فى هذه الحالة الى اختـلاف أصحاب الاعمال والمستثمرين فى البلدين فى مستوى جودة وصـحة قراراتهم ودقة تنفيذهم لمشروعاتهم الاستثمارية .

التكاليف الاجتماعيـــة للنمـــو :

يؤمن البعض بأن للدولة الحق فى اختيار معـــدل النمو المناســـب الذى ترى تحقيقه فى القطاعات الانتاجية المختلفة كتعبير عن السياسة الاقتصادية القومية . وقد دعا ذلك بعض الاقتصاديين المتخصصين فى النمو الاقتصـــادى القومى الى البحث فيما يترتب على النمو الاقتصادى من آثار اجتماعية كالازدحام المرورى فى المدن الصناعية ، وزيادة حدة التلوث الهوائى والمائى ، وتدهور البيئة الطبيعية ، وهبوط فى مستوى تمتع الفرد بمباهج الحيـــاة . والنمو يرتب تحولا اجتماعيا فى نمط الحياة وتغييرا فى العادات والسلوكيات الى الأسوأ مما يرتب تصادما بين القيم الاقتصادية والقيم الاجتماعية فى المجتمع . وتهتم الدول المتقدمة كثيرا بهذه الظواهر الاجتماعية وتعمل جاهدة من أجل اعادة التوازن بين الجوانب الاجتماعية الايجابية للمجتمع وبين الآثار الاقتصاد للنمو .

النظريات المختلفة للنمو الاقتصادى :

أما عن النظريات المختلفة النمو الاقتصادى فيجب التفرقة بين النظريات التى قيلت لتفسير النمو ومداه فى الدول ذات الاقتصاد المتقدم وفى الدول النامية التى تسود فيها ظروفه تشدها الى حلقة الفقر المفرغة . وليس هنا مجال تفصيل هذه النظريات التى يقوم بعضها على أســاس معدلات الادخار والاستثمار ، وبعضـــها على ميكانيكية العرض والطلب ومدى تدخل الدولة فيهما لتحقيق التوازن السعرى وغير ذلك . ويدور بعضها حـــول دور أصـــحاب الاعمال الوطنيين والاجانب فى الاقتصاد القومى ..... الى غير ذلك من النظريات .

التنمية الاقتصادية :

يستخدم اصلاح التنمية الاقتصادية عادة للتعبير عن البرامج التى تهدف الى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة فى الموارد الاقتصادية وتعميق وترشيد الانتاجية . وهى عملية مركبة من عدة عناصر متصلة ومتداخله بعضها مع البعض تقـوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول الى الاستغلال الامثل لعناصر الانتاج الاولية من خلال التقدم التكنولوجى وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم فى برامج التنمية وتحقيق التوسع فى المرونة الواجب توافرها فى تضـــافر القطاعات الانتاجية المختلفة من اولية PRIMARY وثانوية SECONDARY وثالثية TERTIARY وتدخل السياحة فى هذه الاخيرة (تقييم الاقتصادى كولان كلارك).

ولاشك ان الدول النامية ــ مع اختلافها فى درجة النمو ــ تشترك الى درجات متفاوتة فى تخلف عنصرين هما قلة **رأس المال السائل ، والنقص فى الخبراء والفنيين اللازمين لتحقيق التنمية الاقتصادية المطلوبة .**

فاقتصاديات الدول النامية تقوم فى المقام الاول واذا اردنا التعميم على الزراعة . وقد ابتت تجارب هذه الدول ان ثبات الرقعة الزراعية وعدم تطوير انتاجيتها عن طريق النمو الرأسى نظرا لنقص امكانيات الميكنه الزراعية وعدم وجود تقدم تكنولوجى يقوم على الابحاث العلمية الزراعية المتطورة ، كل ذلك يؤدى ـ مع التزايد المستمر فى عدد السكان ، مثل ما هو قائم فى مصرنا العزيزة ـ الى تخلف القطاع الزراعى عن تلبية الحاجيات الغذائية لمجموع السكان فتلجأ الدولة الى الاستيراد من الخارج وهو ما يشكل عبئا كبيرا ومتزايدا على الميزانية العامة وبوجه خاص مخصصات النقد الأجنبى منها .

وفى مجال الصناعة ، فان الدول النامية تركز عادة على هيكل صناعى متخصص يغطى جزءا غير كبير من احتياجات الشعب لكى يعيش فى مستوى لائق وبخاصة مع التوقعات المتزايدة للفئات الشعبية فى تحقيق نوعية حياتية افضل نتيجة للتزايد المستمر فى الاتصال بشعوب الدول المتقدمة . ولا شك ان المنافسة الحادة التى يمكن ان تدخل فيها الدول النامية فى تصدير منتجاتها الصناعية لتحقيق عائد كاف بالعملات الحرة يفرض عليها مستوى انتاجيا وسعريا قد تقصر عن تحقيقه لعدم اتساع قاعدة الانتاجية ، ولأن النظام السعرى فى سوقها الداخلى يقصر فى ميكانيكيته عن تحقيق الفعالية المطلوبة فى التوازن السوقى . وفضلا عن ذلك فان التكلفة الراسمالية العالية لانشاء صناعات جديدة بفرض توفر المواد الاولية اللازمة لها يجعل الدولة النامية فى موقف غير موات نظرا لحلقة الفقر المفرغة التى تجمل فى أن قلة الدخول تؤدى الى قلة المدخرات وهذه تؤدى الى قلة الطلب وبالتالى قلة الاستثمارات التى تؤدى بدورها الى ضعف قاعدة الانتاجية وهذه تؤدى الى قلة الدخول العامة المحققة التى تعنى بدورها قلة الدخول الفردية وهكذا ...... ولا شك فى ان هذه السلسلة التى تظهر فى شكل طلب داخلى ضعيف وانتاج قومى ضعيف يصبح نتيجة لذلك وسببا فى ذات الوقت ، وهو ما يؤدى الى ضعف المستوى وعدم استطاعة الانتاج الوطنى منافسة انتاج الدول الأكثر تقدما فى السوق الدولية .

فالانفجار السكانى ، وضعف السوق الداخلى بوجه عام والنقص فى تحقيق مناخ لوجود فرص للعمل الخلاق وحفز الطاقات الذهنية القادرة على العمل المنتج بعيدا عن استئثار اصحاب الثروات الراغبين فى تحقيق عائد سريع عن طريق التجارة فقط دون الاستثمار فى مشروعات تنمية طويلة الاجل يؤدى الى القاء أعباء أكثر واخطر على عاتق الدولة لتعويض هذا النقص ، كل ذلك يمثل عقبات جديدة تقف حائلا دون تقدم برامج التنمية الاقتصادية .

ويعتبر **مستوى الدخل الفردى** السنوى هو المعيار المتفق عليه لقياس التنمية الاقتصادية فى دولة ما ـ ويمكن تطبيق هذا المعيار ايضا على مستوى او نسبة نمو الدخل الفردى السنوى ، ولذلك فقد اصطلح على تعريف الدول النامية تعريفا مبسطا بانها الدول ذات الدخل الفردى المنخفض ، وتتفاوت هذه الدول فى مستوى هذا الدخل الفردى . وقد اتفق الاقتصاديون على أن الدول الفقيرة هى الدول التى يقل الدخل الفردى السنوى فيها عن خمسمائة دولار امريكى .

ورغم عمومية وبساطة هذا المعيار فان هناك صعوبات احصائية وفنية تحول دون امكان اتخاذه معيارا عالميا ثابتا لانه توجد حالات عديدة تأبى الخضوع لهذا المعيار كمقياس لمدى تقدم بعض الدول فى طريق التنمية الاقتصادية . ومن ذلك مثلا الدول البترولية الغنية كالكويت والامارات العربية وفنزويلا اذ يبلغ الدخل الفردى فيها مستوى عاليا ومع ذلك تعتبر دولا غير متقدمة فى خصائصها الاقتصادية العامة . والصعوبة الثانية التى تحول دون أخذ معيار الدخل الفردى السنوى كمعيار قاطع على التنمية الاقتصادية هى صعوبة اخذ الدولار الامريكى كوحدة نقدية يقاس بها الدخل الفردى السنوى فى جميع دول العالم نتيجة مشكلات سعر الصرف الحقيقى للعملة الوطنية فى بعض الدول تجاه الدولار الامريكى ، ومشكلات تقدير قيمة المكونات العينية (غير النقدية) للدخول فى الدول النامية وكذلك نتيجة اختلاف فعالية احصاءات الدخل القومى والسكان فى بعض من تلك الدول . واخيرا فهناك صعوبات فكرية فى ترجمة تحديد معنى الاختلافات الدولية فى مستويات الدخل الفردى .

ودون ما حاجة فى هذا المقام الى الدخول فى حومة الأفكار الفلسفية والحقائق العلمية ونظرياتها عن التنمية الاقتصادية (لان ذلك ليس بلازم فى موضوع التخطيط السياحى) ، الا اننا نكتفى بالالماح الى أن هناك اختلافا كبيرا بين الفقر المادى وبين عدم الرضا أو عدم الارتياح الشخصى الذى قد يسود فى شعب دولة ما ، فتفسير دخل فردى منخفض كدليل على الفقر يمكن ان يقبل بشرط تحفظين اثنين :

الاول : هو ان مستوى المعيشة المادية يتوقف ليس على الدخل الفردى السنوى بالمعنى المحدد بل على الاستهلاك الفردى . فالاثنان قد يختلفان اختلافا بينا حين يتحول جزء كبير من الدخل القومى من الاستهلاك الى أغراض أخرى مثل تنفيذ سياسة ادخار شبه اجبارية .

والثانى : ان فقر دولة من الدول قد يتمثل بصورة صادقة فى مستوى معيشة غالبية الشعب ، وقد يكون هذا المستوى دون المعدل الحسابى البسيط للدخل الفردى أو الاستهلاك حين لا يتوزع الدخل القومى بالتساوى (وتوزيعه بالتساوى امر يكاد يكون مستحيلا) او اذا كانت هناك ثغرة واسعة فى مستوى المعيشة بين الاغنياء والفقراء .

الفصل الثانى
التخطيط الاقتصادى

انتشرت ظاهرة التخطيط الاقتصـــادى فى العالم منـذ نهاية الستينات واصبحت معظم الدول تدير شئونها الاقتصادية من خلال خطة اقتصادية قومية . وكان ذلك بمثابة تغيير كبير فى الافكار السائدة حتى نهاية الحرب العالمية الثانية حين كانت فكرة التخطيط الاقتصادى غير واردة الا فى الاتحاد السـوفيتى والمانيا النازية . ومع انتشار ظاهرة التخطيط الاقتصادى فى كثير من دول العالم المعاصر الا ان هذا التخطيط يأخذ اشكالا متعددة تنبع من اختلاف الانظمة السياسية والاقتصادية السـائدة . ففى الاتحـاد السـوفيتى والدول الاشـتراكية ينبع التخطيط من فكرة المركزية المستندة الى ملكية الدولة لادوات الانتاج ، فى حين انه فى دول اوربا الغربية يستند التخطيط الاقتصادى الى فكرة الملكية الخاصة فيهدف التخطيط بذلك الى التأثير فى مراكز اتخـاذ القرارات عن طريق التأثير فى بعض القرارات الاقتصـادية الرئيسـية بدلا من تركها حرة تماما لقوى السـوق تتحكم فيها بصورة غير منظمة فى جميع الاحوال .

ويمكن اعتبار فكرة التخطيط الاقتصادى تاريخيا رد فعـل ضـد مسـاوىء الراسمالية التقليدية والتى كان قد استشرى فى ظلها سـيطرة راس المـال . وقد كان انتصار الثورة البلشفية فى روسيا وتاميمها ادوات الانتاج مقدمة لظهور الفكر الاشتراكى للتطبيق على مستوى ملكية الدولة لكل وسائل الانتاج ولم يكن هنـاك برنامج عمل معد لما يلى من استراتيجية اقتصادية ، ولذلك كان تطور التخطيط الاقتصادى المركزى فى الاتحاد السوفيتى مسألة تجريبية (براجماتية) اسـاسها تجربة الخطأ والصواب ، وكان قرار التصنيع الثقيل الذى اتخـذ فى الاتحـاد السوفيتى عام ١٩٢٧ مدعاه لتركيز الرقابة فى يد الدولة بحسـبان انها الجهـة الوحيدة التى تستطيع استغلال مصادر الانتاج لتحقيق الاهداف الطموحة ! .

اما فى اوربا الغربية فقد دخل التخطيط الاقتصادى حيز التطبيق فى مناخ مختلف قوامه طبقـة رجال أعمـال محترفين وتقـاليد طويلة موروثه من الحرية السياسية والاقتصادية . وترتيبا على ذلك ، فرغم ان التخطيط الاقتصـادى يعنى ضمنا توسعا فى مسئوليات ونشاطات الدولة ، فان محور النمو الاقتصادى

يظل فى يد القطاع الخاص ، وتتدخل الدولة فى نشاطات هذا القطاع الخاص فى حالات نادرة عن طريق التشريع المانع من السيطرة او الاحتكار مثلا . وعلى ذلك يظل التخطيط الاقتصادى عاملا غير مباشر للتأثير فى النشاط الاقتصادى القومى عن طريق التعاون والتنسيق بين القطاعين العام والخاص ، ويظل المنتجون والمستهلكون احرارا فى تشكيل أنشطتهم للتغيرات فى ظروف السوق والأسعار النسبية .

وعلى ذلك فان التخطيط الاقتصادى رغم نشوئه فى احضان الافكار الاشتراكية لانه نوع من تدخل الدولة فى توجيه النشاط الاقتصادى لتحقيق المواءمة بين الناتج القومى وهيكله من ناحية ، وبين الحاجيات الاجتماعية والاقتصادية المتطورة من جهة أخرى فى شكل تصميم وتنفيذ برنامج عمل للمستقبل ، **الا أن التخطيط الاقتصادى أصبح يباشر فى ظل انظمة الاقتصاد الحر كنوع من التنظيم وتوضيح لرؤى المستقبل ببرامج توجيهية باساليب علمية تكفل تحقيق النمو الاقتصادى لبلوغ مستوى معيشة افضل للشعوب .**

□□□

الباب الثالث

مضمون التخطيط بوجه عام

التخطيط هو النظر الى المستقبل بعين الرغبة فى تحديد اهداف للعمل على التقدم ورسم الاساليب العلمية لتحقيق هذه الاهداف بغية مواجهة التطور الحادث فى العلاقات الاجتماعية والاقتصادية .

وبمعنى آخر هو عملية منظمة لوضع ترتيبات عقلية مقدما لمقابلة أحداث مستقبلية أو هو محاولة علمية لمواكبة التغيير الذى هو عنصر هام من عناصر الحياة الاجتماعية المنظمة ، بل وسبقه بالتنبؤ به ومحاولة تنظيمه والتأثير فيه .

ولقد أصبح التخطيط لازما فى الدول الحديثة على اختلاف نظمها السياسية والاقتصادية فسير العمل الانتاجى والادارى دون تخطيط أمر لا يمكن أن يتحمله شعب من الشعوب فى عصر اصبح التنافس على التقدم فيه لازمة وضرورة لا يخفف منها غنى الدولة فى مواردها الطبيعية وطاقتها الانتاجية .

على أن التخطيط تختلف أهميته من دولة الى أخرى . بل ويختلف مداه حسبما كانت الدولة تأخذ بنظام الاقتصاد الحر أو الاقتصاد الموجه .

فيبلغ التخطيط ذروة الاهمية فى الدول التى تتبع نظام الاقتصاد الموجه لأن تعبئة امكانيات الدولة وتوجيه الانتاج فيها بمعرفة الدولة يضفى عليها مسئوليات جساما تقتضى أن يكون هذا التوجيه وتلك التعبئة موجهين بغاية معينة هى الهدف العام ، وان تحدد الطرق والأساليب المختلفة التى يمكن بها ادراك ذلك الهدف العام تحديدا علميا منسقا يمكن به حساب نتائجها .

وليس التخطيط نوعا واحدا أو صورة بعينها تتكرر ، ولكنه يختلف من حيث النطاق ومن حيث الحدود الجغرافية ومن حيث المدة التى تستغرقها الخطة .

١ ــ فمن حيث النطاق :

ينقسم التخطيط الى نوعين :

الأول التخطيط الشامل ويهدف الى التحكم فى مختلف قطاعات النشاط الاقتصادى فى الدولة فى اطار نظام متكامل من الاهداف التى تلبى احتياجات المجتمع فى مختلف المجالات .

الثانى التخطيط الجزئى ويستهدف التحكم فى نشـــاط بعينه من نشـــاطات الدولة او قطاع معين من القطـــاعات الانتـــاجية فيها أو فى جزء فقط من هـــذا النشاط او القطاع .

٢ ـ ومن حيث الحدود الجغرافية :

ينقسم التخطيط الى نوعين : ـ

الاول تخطيط قومى وهو الذى يعالج امكانات الدولة فى مجموعها دون أن تقتصر على منطقة او اقليم معين منها . ويتضمن ذلك بوجه خاص تعبئة موارد الدولة بالكامل والعمل على ادارتها بصـــورة فعالة تؤدى الى تحقيق الاهـــداف المتوخاه .

الثانى تخطيط اقليمى ويهدف الى النهوض باقليم معين من أقاليم الدولة أو بمنطقة من مناطقها الجغرافية بحيث يتم تزويدها بأسباب الانتعاش الاقتصادى وتعميرها ورفع مستوى المعيشة فيها وايجاد ســبل الحياة الكريمة لاقامة مجتمع متكامل يعتمد على محور أو محاور التنمية .

٣ ـ ومن حيث المدة التى تستغرقها الخطة :

ينقسم التخطيط الى ثلاثة أنواع : ـ

الأول تخطيط قصـــير الامد يهدف الى أحـــداث تغيير فى مسار النشاط او القطاع موضوع التخطيط فى الامد القصير ويتراوح بين سنة واحدة وسنتين .

الثانى تخطيط متوسط الاجل ويتحـــدد بمـــدة تتراوح بين سنتين وخمس ســـــنوات .

الثالث تخطيط طويل المدى وهو الذى يغطى فترة زمنيـــة طويلة من خمس سنوات الى عشر ســــنوات .

٤ ـ ومن حيث مضمون التخطيط الطبيعى : PHYSICAL PLANNING

ينقسم التخطيط الطبيعى الى : ـ

ـــ **تخطيط رائد او شامل** MASTER PLANNING ويهدف الى وضـــع الاطار الشامل للتنمية فى دولة أو اقليم أو منطقة فيها أو تخطيط المساحات الأرضية والمائية بصورة متكاملة وشاملة لكل جزئيات التنمية .

ـ **تخطيط هيكلى** STRUCTURAL PLANNING ويختلف عن النوع السابق فى انه يكتفى بوضع المؤشرات الاساسية للتنمية فى منطقة ما او اقليم بصورة يمكن بعدها الدخول فى تفاصـــيل التنمية فى كل جزء من اجزاء المنطقـــة او الاقليم .

— **تخطيط استراتيجى** STRATEGIC PLANNING وهو التخطيط الذى يضع استراتيجية وصفية وتحليلية للتنمية الشاملة أو لقطاع انتاجى معين أو لجزء من هذا القطاع .

وبصورة عامة يأتى هذا النوع من انواع التخطيط بعد وضع التخطيط الرائد او الشامل واما بعد وضع التخطيط الهيكلى . ويمكن استثناء ان يوضع هذا التخطيط قبلهما وحينئذ يشتبه بنوع آخر من انواع التخطيط التصورى CONCEPTUAL PLANNING (*)

— **تخطيط العمل التنفيذى** ACTION PLANNING وهو وضع برامج التنفيذ المحدد التى تجيب على اسئلة كثيرة هى ماذا ولماذا وكيف ومتى وأين وبواسطة من بحيث يدخل التخطيط بذلك حيز التنفيذ الفعلى .

ويسمى هذا النوع فى بعض الأحيان التخطيط التشغيلى
OPERATIONAL PLANNING

مقومات التخطيط الناجح :

وللتخطيط الناجح الفعال عدة مقومات أساسية اهمها ما يلى : —

اولا — ان تشتمل الخطة على تحليل ووصف تفصيلى لكل الملابسات الخاصة بواقع التنفيذ ، وان يستفاد من الخبرات الماضية فى عمل التنبؤات عن المستقبل حتى لا يصطدم التنفيذ بعقبات يكون القائم بالتخطيط قد أسقطها من تقديراته المبدئية وعمله الاستطلاعى مما يؤدى الى حدوث أخطاء فى افتراضاته واستنتاجاته . وبالتالى بناء خطته على مقدمات خاطئه فتخرج الخطة مبتورة عاجزة عن تحقيق الاهداف .

فهذه المرحلة بمعنى آخر هى مرحلة جمع بيانات تفصيلية ودقيقة حول الموقف أو النشاط المراد تخطيطه .

وبقدر ما تكون هذه البيانات كاملة ودقيقة بقدر ما يكون حظ الخطة من النجاح .

ثانيا — تقسيم مشروع الخطة الى أجزاء ومراحل بحيث يسهل تحديد المسئوليات والادوار فى كل جزء أو مرحلة ورصد الأموال اللازمة لتنفيذها ، ووضع قواعد متابعة الاداء فى كل جزء او مرحلة بحيث يتكامل الاداء فى النهاية لتحقيق الخطة ككل بضم هذه المراحل بعضها الى بعض .

ثالثا — وضع حلول تبادلية يتفاعل فيها دور السلطات القائمة بالتخطيط مع عمل أجهزة التنفيذ المختلفة حتى لا يكون هناك انفصال بين مستويات التخطيط التى يفترض ان تكون مركزة بعيدة عن مواقع التنفيذ وبين الادارات اللامركزية

القائمة على التنفيذ . وهذا الانفصال لو وجد يؤدى بلا شك الى تخلف التوجيه عند مواجهة المشاكل غير المتوقعة التى قد تنشأ فى مرحلة التنفيذ .

رابعا — يجب أن تكون هناك رقابة مستمرة على أجهزة التنفيذ حتى لا يحدث انحراف عن دائرة الاداء المشروع للخطة . وتفترض هذه الرقابة وجوب اشتمال الخطة على معدلات الاداء ، وان تكون الرقابة من قبيل تقييم الاداء وفق هذه المعدلات والتعرف اولا بأول على اسباب الانحراف عن تنفيذ الخطة كما هى او عدم تحقيق الاهداف المحددة زمنيا .

تحديد مرحل العملية التخطيطية :

تتضمن كل عملية تخطيطية أيا كان موضوع النشاط الذى يرد عليه التخطيط عدة مراحل نبينها فيما يلى : —

١ — تحديد معالم المشكلة او الموضوع الذى يجرى التخطيط له ودراستها دراسة واعية فى كل جوانبها .

٢ — تجميع المعلومات والبيانات والاحصاءات التى تتعلق بالمشكلة من كافة جوانبها ثم تحليل البيانات المجمعة وتصنيفها وتقييمها واعدادها للاستخدام ثم استحداث طريقة سهلة لا سترجاع هذه المعلومات سواء بالطريق العادى او الميكروفيلم او الكمبيوتر .

٣ — رسم الاهداف العامة المنشودة ومقارنتها بالوضع القائم لتحديد الثغرة الفاصلة بين الجانبين ، وبيان ما اذا كانت الموارد المتاحة او الممكنة تستطيع تغطية هذه الثغرة ام لا .

٤ — وضع الاهداف المحددة التى تتضمن بذاتها معدلات الاداء وقياس مدى التقدم فى النشاط المخطط .

٥ — تحديد الحلول التبادلية التى توصل الى تحقيق الاهداف المحددة ، لان تحقيق الهدف الواحد يمكن ان يكون له اكثر من طريق . والمهم هنا تفصيل مختلف طرق تحقيق الأهداف بما لكل منها من مزايا وما عليه من مآخذ وبخاصة من ناحية الموارد المتاحة او الممكنة والموارد غير الممكنة . ثم وزن مختلف الاعتبارات والمتغيرات المتعلقة بكل حل تبادلى .

٦ — اتخاذ القرار اى الوصول الى تحديد الحل الذى يتبع بناء على عدة اعتبارات ترجيحية وهذه الخطوة هى جوهر الخطة .

٧ — متابعة تنفيذ الخطة ورقابة الاداء وتقضى اتخاذ اجراءات تصحيحية عند تنكب التنفيذ لطريق الخطة سواء اكانت الاسباب داخلية يمكن السيطرة عليها او خارجية يصعب التحكم فيها او بسبب خطأ فى الخطة ذاتها .

الباب الرابع

أسس التخطيط السياحى

الفصل الأول

مزايا ومثالب السياحة

رغم عدم ممارسة التخطيط السياحى كما يجب ان يكون فى بعض الدول السياحية ومن بينها مصر ، الا ان عددا متزايدا من الدول السياحية وبوجه خاص الدول الأوربية والولايات المتحدة وكندا وغيرها اصبحت تأخذ التخطيط السياحى بكثير من الجدية والتكامل وهما شرطان من الشروط التى تفرق بين التخطيط السياحى السليم ومجرد وضع خطط سياحية للتسامع والشهرة . والسبب فى ذلك ان للتخطيط السياحى جوانب متعددة من جرد وتقييم للموارد السياحية وبحوث اقتصادية واجتماعية وسياسية ونفسية وحضارية وتسويقية وادارية وتنظيمية وبيئية ومتطلبات طاقة وغيرها من المرافق العامة الاخرى ... الخ

وفضلا عن ذلك فان السياحة كان ينظر اليها حتى عهد قريب على انها خير محض للدولة أو المنطقة المستقبلة للسائحين (الدخل بالعملات الحرة وأثره على ميزان المدفوعات ـ زيادة العمالة ورفع مستواها ـ زيادة حصيلة الضرائب) ، ولم يكن يلتفت كثيرا للجوانب السلبية التى يمكن أن تخلقها السياحة سواء من ناحية التكاليف الاجتماعية أو الجوانب الاقتصادية الضارة كالتضخم أو التكاليف البيئية . الا أنه منذ حوالى عشرين عاما بدأ علماء السياحة وخبراؤها يوجهون اهتمامهم لدراسة هذه الآثار السلبية للسياحة علميا وتطبيقيا فى مؤلفات ومقالات ودراسات مختلفة حتى أصبح التخطيط السياحى العلمى السليم اداة واعية لتجنب هذه الآثار الضارة أو التخفيف منها على الأقل . وارتفعت مؤخرا اصوات كثيرة تنادى بالاحتياط لكيلا يحدث تدهور الموارد السياحية الطبيعية والحضارية والتاريخية ، وبضرورة التحرز ضد الازدحام والمشكلات الناجمة عن زيادة اعداد السائحين زيادة ضخمة من انتشار الجرائم وازدياد الخلافات والتصادمات الاجتماعية وتعقد حركة المرور .

وسنعرض بايجاز فى الصفحات التالية للجوانب الايجابية والسلبية للسياحة وصلة ذلك بالتخطيط فى اطار من علاقات المحافظة على التراث القومى والترويج عن المواطنين ، وأخيرا حالة التخطيط السياحى الراهنة فى ضوء النظام الوظيفى للسياحة .

الآثار الايجابية للسياحة :

أولا - الآثار الايجابية الاقتصادية :

لقد أصبح من المقرر الآن أن السياحة من القطاعات الانتاجية الهامة فى اقتصاديات دول كثيرة سواء نامية مثل بلغاريا ورومانيا والمكسيك وبولندا واليونان ويوغوسلافيا أو دولا متقدمة مثل ايطاليا والمملكة المتحدة وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية واسبانيا .

وكان اهتمام هذه الدول الرائدة فى مجال السياحة وغيرها من دول العالم بالسياحة وخاصة فى العشرين سنة الأخيرة مبنيا على مزايا اقتصادية ثبت بالبحث العلمى ارتباطها بالسياحة كقطاع مركب من عدة نشاطات تتفاعل بها بالضرورة مع غيرها من النشاطات الاقتصادية الأخرى فى الدولة .

ولعل أهم ما تبين للسياحة من مزايا اقتصادية هو ما يلى :

١ - ان السياحة تغل دخلا بالعملات الحرة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتصلة بها .

٢ - ان هذا الدخل يتغلغل بسرعة وبطريقة مباشرة ذات قاعدة توزيع عريضة فى الاقتصاد القومى محققا بهذه المثابة انسيابا واسعا متراكبا ودائريا فى الدخول المترتبة على النشاط السياحى فى كافة مراحل البيع بالجملة وبالتجزئة وفى قطاعات النقل ومختلف مكونات القطاع السياحى وسائر المرافق والخدمات والمعاملات المترتبة على الانفاق الاستهلاكى .

٣ - ان السياحة سوق قابل للتوسع يفتح آفاقا لزيادة النشاط الاقتصادى نتيجة الزيادة المطردة الحادثة فى دخول الأسر والأفراد وبخاصة فى الدول المتقدمة .

٤ - ان صناعة السياحة تتطلب استثمارات مالية منخفضة نسبيا اذا ما قورنت بغيرها من القطاعات الانتاجية الأخرى مثل الصناعة الثقلية أو التعدين وخاصة بالقياس الى العوائد المتوقعة من هذه الاستثمارات فى الأجل القصير ثم الأمد الطويل .

٥ - انها تقدم للدولة قطاعا تصديريا يحضر فيه المستهلك الأجنبى بحثا عن المنتج أو الخدمة دون حاجة الى شحن أو تحرك مكانى للمنتج .

٦ ـ ان المنتج السياحى المباع يقوم أساسا على خدمات وثروات غير مادية لا تغل بطبيعتها ـ بغير طريق السياحة ـ عائدا ما مثل المناخ المعتدل وجمال الطبيعة ووجود أماكن تاريخية وثروات اثرية وهى ذات امكانات وتوقعات غير محدودة من العائد المادى اذا ما أحسن تخطيطها وتســـويق المنتج فيها وفقا لقواعد علمية وتجارية مرنة .

٧ ـ ان السياحة هى أداة فعالة ومؤثرة للنظام العام لخلق تكامل اجتماعى وحضارى على المستوى القومى والدولى ، وكذلك فانها سبيل فعال لتنمية صـناعات اخرى وغرس نوع من التفاهم الدولى بين مختلف الدول المتجاورة بوجه خاص وعلى المستوى الدولى بوجه عام .

واذا كانت المبادىء السابقة لا تقبل المجادلة ، فان مدى تطبيقها على اقتصاد دول بعينها وما اذا كان ذلك يبرر اعطاء السياحة أولوية فى خطة التنمية الاقتصادية لهذه الدولة يختلف من بلد الى آخر ويتوقف الى حد كبير على عوامل كثيرة منها :

(أ) حالة الاقتصاد القومى فى الدولة وهل هو اقتصاد متقدم أو اقتصاد نام .

(ب) ما اذا كانت هناك آفاق متعددة مفتوحة لتنمية هذا الاقتصاد وبمعنى آخر ما اذا كانت فرص التنمية الاقتصـادية متعددة بتعدد القطـاعات الانتاجية المختلفة .

(جـ) مستوى المرافق الأســـاسية فى الدولة .

(د) مستوى مصادر الثروة السياحية من طبيعية ومصنوعة وكذلك مدى مستوى الخدمات الســـياحية .

(هـ) المسافة التى تفصل بين الدول السـياحية والأســواق المصـدرة للسائحين وما يعكسه ذلك على أسعار النقل السياحى الدولى اليها .

(و) أسعار الخدمات السياحية بالدولة مع أخذ مســتواها فى الاعتبار بالمقـارنة مع أسعار ومستوى الخدمات السياحية بالدول المنافسة سياحيا .

ولما كان يصعب التسليم بوجود جزر اقتصادية داخل اى اقتصاد قومى ، فان التداخل بين مختلف مكونات هذا الاقتصاد القومى هو الذى يخلق صعوبات القياس والتقييم فى التحليل الاقتصادى . ولما كانت السياحة تؤثر وتتأثر بمختلف القطاعات الانتاجية الأخرى فى داخل الاقتصاد القومى فى جميع البلاد ، فان ثمة قوى مؤثرة فى الاقتصاد القومى تجعل تقدير التكاليف الحقيقية وتحديد الفوائد الصافية المترتبة على السياحة أمرا بالغ الصعوبة .

ثانيا ـ الآثار الاجتماعية والحضارية الايجابية للســـياحة :

١ ـ يؤدى النشاط السياحى المخطط تخطيطا علميا متوازنا الى تعميق العلاقات بين السائحين والمواطنين فى الدولة المستقبلة للسياحة ، وتشجيع الاقتراض الاجتماعى والتبادل الحضارى بينهما مما يؤدى الى بناء جســـور العلاقات الطيبة والتعاون بين الأمم .

٢ ـ يشجع التوسع السياحى المخطط على حماية والمحافظة على الموارد السياحية الرئيسية فى الدولة سواء اكانت موارد طبيعية أم تاريخية وحضارية ، وتنمية القيمة الحضارية لفن العمارة والبناء واذكاء الروح الوطنية فى تحسين الظروف الصحية فى مختلف مناطق الدولة ومدنها وقراها فضلا عن محاولة تجميل الأحياء ونظافتها لتبدو جذابة فى عيون الزوار السائحين .

٣ ـ تعتبر السياحة اداة طيعة من أدوات تنمية ورفع مستوى المناطق الطبيعية البعيدة عن العمران المحرومة من محاور التنمية الصناعية وبالتالى احياء العادات والتقاليد لدى سكان هذه المناطق البعيدة الفقيرة مما يؤدى الى رفع مستواها الاقتصادى (من ناحية تدفق الانفاق السياحى عليها) والاجتماعى والحضارى كنتيجة لرفع المستوى الاقتصادى .

٤ ـ تؤدى السياحة الى خلق فرص جديدة للعمالة فى الدولة المستقبلة للسائحين .

٥ ـ تذكى السياحة قيم المجتمع بحيث يبدأ المواطنون فى الدولة فى الاقتناع بأهمية استغلال أوقات الفراغ استغلالا انتاجيا وقضاء الاجازات بصورة من شأنها رفع مستوى الصحة النفسية لدى المواطنين وهذا ما يسمى بأثر المشاهدة والتقليد .

٦ ـ تعمل السياحة على احياء التقاليد المعمارية المحلية بشرط أن تحترم الخصائص الذاتية للاقليم والتراث والبيئة الحضارية . وقد يؤدى ذلك الى تجديد واحياء كثير من مراكز المدن المختلفة كما يحدث فى أوربا والولايات المتحدة وكندا .

٧ ـ تؤدى السياحة الى اعادة بعث الفنون المحلية والمصنوعات اليدوية والنشاطات الحضارية فى مختلف مناطق الدولة . وكذلك اعادة بعث طريقة الحياة الاجتماعية والحضارية للسكان المحليين فى المناطق السياحية البعيدة عن العمران .

٨ ـ تشجع السياحة وتسهل التحرك الاجتماعى وتنقل كثيرا من العاملين فى القطاع الزراعى الى العمل فى قطاع الخدمات مما يؤدى الى تقليل الفوارق بين الدخول وزيادة فرص التعليم والتدريب ، ورفع مستوى الخدمات وبالتالى رفع مستوى الحياة فى الدولة بوجه عام .

ثالثا ـ الآثار الاجتماعية والحضارية والاقتصادية السلبية للسياحة :

مثل السياحة كمثل اى نشاط انسانى من ناحية آثاره السلبية التى يمكن أن تترتب عليه . فالاخطاء ، والتجاوزات ، والاهمال ، والجهل الذى قد يرتب آثارا بعيدة المدى ، والتخطيط غير المناسب وغير السليم ، وعدم احترام المؤشرات الأساسية والاجتماعية والحضارية يمكن أن يؤدى كل ذلك وغيره الى اضرار خطيرة غير قابلة للاصلاح لمدى طويل (وهى اضرار حدثت فى الماضى فى بعض الدول وستظل تحدث فى المستقبل لدول أخرى) .

والاعتراف بهذه الاخطاء التى تنتج آثارا سلبية للسياحة ليس من شأنه التقليل من اهمية السياحة اجتماعيا ولكنه يجب أن يعتبر حافزا ودافعا للدولة السياحية لكى تعمل على تفاديها أو التقليل منها عن طريق التخطيط العلمى السليم .

فالآثار السلبية الاجتماعية والحضارية يمكن أن تظهر فى المساحات الأرضية المخصصة للتنمية السياحية والتى من شأنها ان تحدد استخدامات الأراضى فى أغراض اخرى ، وتظهر فى تأثير الموسمية فى الطلب السياحى على اقتصاديات المشروعات السياحية ، ومشاكل التشبع التى يمكن أن تصل اليها هذه المشروعات فى أوقات الذروة من المواسم السياحية ، وكذلك تظهر فى منافسة السياحة لغيرها من القطاعات الانتاجية فى الدولة من ناحية اجتذاب العمالة اليها وتركهم لقطاعات هامة أخرى مثل الزراعة مما يسبب تدهورا فى تلك القطاعات .

وفيما يلى نوجز بعض الآثار السلبية للسياحة اجتماعيا وحضاريا :

١ - الآثار السلبية على السلوك الاجتماعى ونظم القيم فى المجتمع : يدخل السائحون الى الدولة التى يزورونها ليس فقط بقدرة انفاقية كبيرة بوجه عام وبمطالب خدمية متعددة ، بل يفدون أيضا ومعهم مجتمعهم وعاداتهم وتقاليدهم التى لابد أن تؤثر تأثيرا تختلف درجته من حالة الى حالة على العادات الاجتماعية المحلية فيسببون صدمات اجتماعية وحضارية للمواطنين مما يثير التساؤلات لدى بعض مواطنى الدولة (الشباب بوجه خاص) عن قيمة الموروثات الاجتماعية والحضارية بل والدينية لديهم . فالسياحة هى واقعة اجتماعية وحضارية شاملة تؤدى مع توسيع قاعدتها الى تغييرات جذرية فى جميع نواحى النشاط فى المجتمع ، نتيجة أثر المشاهدة الذى قد يسبب تقليد المواطنين لهؤلاء السائحين فى سلوكهم وعاداتهم وطريقة ملبسهم وشربهم ومأكلهم مما يؤدى فى بعض الأحوال الى ضياع الشباب بين ما درجوا وشبوا عليه من قيم وبين هذه القيم الغريبة المستوردة .

واخطر ما فى ذلك التأثير يكون على السيدات والبنات فقد يؤدى الى افساد حياتهم .

فالمواطنون فى الدولة هم التراث البشرى بقيمه وعاداته وتقاليده والذى لا يقل أهمية من حيث ضرورة حمايته عن التراث الطبيعى والتراث التاريخى والحضارى فى الدولة .

ولا تكون الحماية عن طريق منع الاختلاط بين السائحين والمواطنين كلية لأن ذلك ضرب من المستحيل ، وانما العلاج يكون عن طريق تقوية وترسيخ القيم الاخلاقية والدينية لدى المواطنين بشتى وسائل الاعلام وأفهامهم أن لكل دولة قيمها وتراثها وعاداتها وتقاليدها واحترام كل ذلك هو أسلوب حضارى يجبر السائح على احترام هذا البلد الذى يزوره واحترام مواطنيه .

وفى ذات الوقت فان هذا هو عين ما يريد السائح أن يراه ويشاهده .

٢ ـ الآثار السلبية الأخرى :

(أ) التغيرات الجوهرية فى وظائف المساحات الأرضية نتيجة التوسع السياحى اذ قد يترتب على زيادة الابنية وقطع الاشجار وتسوية الأرض تغيير فى تضاريس الأرض ووظائفها، والافتئات على الأراضى الزراعية المنتجة مما يكون له آثار ضارة بالدولة من حيث الأمن الغذائى .

(ب) زيادة مشاكل المرور فى الشوارع والازدحام فى كثير من المناطق وزيادة حدة التلوث ومشاكل الصرف الصحى ، وزيادة الضغط على شبكة التليفونات وغير ذلك (١) .

ويظهر ذلك بوضوح أكبر اذا زاد عدد السائحين عن عدد السكان الأصليين كما هو الحال فى باربيدوس وفيرجين ايلندز وسيشيل .

(ج) اختلال التوازن فى العمالة ما لم يكن التخطيط للتنمية السياحية متواكبا مع خطة قومية للعمالة وتوزيعها والتدريب ، فان التوسع فى التنمية السياحية يخلق اختلالا فى التوازن فى العمالة بين مختلف القطاعات الانتاجية فى المجتمع.

(د) التضارب بين المصالح الخاصة والمصالح العامة اذا لم يكن الجهاز الرسمى للسياحة فى الدولة قادرا على القيام بدوره كاملا فى تخطيط التنمية السياحية وتوجيهها والرقابة ـ غير المعوقة ـ للمنشآت السياحية الخاصة .

(هـ) قد ترتب السياحة تغييرا فى الوزن السياسى المحلى بدخول بعض العناصر السياحية الجديدة مجال السياسة (٢) .

(و) قد تزيد السياحة من التدهور الاخلاقى الى حد انتشار البغاء والجريمة والعاب القمار وقد حدث ذلك فى بعض الدول فى البحر الكاريبى بالفعل .

(ل) زيادة الاتجاه المادى لدى المواطنين عن طريق الرغبة الملحة فى استغلال السائح للحصول على أكبر فائدة بأسرع طريق وبالتالى تتصف الضيافة الاصلية فى الشعب بالصبغه التجارية الاستغلالية فى بعض الأحيان .

(ك) يمكن أن تتسبب السياحة فى توسيع فجوة الاحتجاج السلبى لدى شرائح الشعب المحدودة والتى لا تتأثر مباشرة بالدخل السياحى اذ يرى سلوك السائحين الوافدين المختلف اقتصاديا مع طريقة معيشته .

(م) المساهمة فى زيادة حدة التضخم نتيجة زيادة الطلب على السلع والخدمات اذا لم يصاحب التوسع السياحى توسع كاف متواكب فى انتاج السلع والخدمات .

ولذلك كان من اللازم ان تضع الدولة المستقبلة للسائحين سياسة سياحية شاملة ملزمة تتفرع عنها مختلف الاستراتيجيات والخطط حتى يمكن التقليل من الآثار السلبية لسياحة تنمو عشوائيا دون اتباع الأسلوب العلمى التخطيطى الذى يحمى مصالح الدولة كما يحمى السائحين .

---

(١) سير جورج يونج فى كتابه السياحة نعمة او نقمة طبعة لندن سنة ١٩٧٣ طبعة كتب بليكان .

(٢) دراسة جزر الكاناريا باسبانيا (مور) .

الفصل الثانى

النظرية العلمية للسياحة كأساس للتخطيط العلمى للتنمية السياحية (1) :

يمكن تعريف النظرية بأنها مجموعة منظمة من المبادىء المتداخلة أو المتصلة ببعضها اتصالا عضويا بحيث تشكل اطارا يضم المعرفة والمعاومات العلمية .

والنظرية بهذا التعريف تصبح اطارا لازما للتقدم العلمى لأن جمع اى عدد من المبادىء والافكار العلمية لا يمكن أن تتضح معالمه الا اذا وضع داخل اطار يسمح بتشكيل صور عقلية عن طريق التعميم من الحقائق العلمية التفصيلية اى باستقراء التفاصيل التى تظل بدون هذا الاطار مجموعة متناثرة الحقائق الصغيرة لا ربط بينهما ولا تسمح بتناثرها بالتقدم العلمى عن طريق البحث المتعمق .

مراحل استحداث النظرية الجديدة : ـ

يتطلب البحث العلمى ست مراحل لنشوء النظرية : ـ

(أ) **المشاهدة** : تبدأ المعلومات العلمية بالحقائق التى يتم جمعها عن طريق المشاهدة الدقيقة للوقائع والحادثات والظواهر عددا معينا من السنوات .

(ب) **تحديد المشكلة** : ان المشاهد لا يستطيع الاستمرار فى ملاحظاته دون أن يدفعه الفضول الى معرفة أسباب تحقيق الوقائع والظواهر التى يشاهدها . وتصبح مشكلته هى اكتشاف نظام العلاقة الذى يربط هذه الوقائع بعضها بالبعض . ويبدأ بالتالى فى تشخيص المشكلة وتحديدها على أساس قانون السبب والنتيجة .

(ج) **جمع وتصنيف المعلومات المجمعة** : وبقدر ما يجمع المشاهد أو الباحث من معلومات وحقائق ويبدأ فى تصنيفها وترتيبها ، بقدر ما يصبح أقرب الى العثور على اجابة لتساؤلاته للمشكلة التى حددها .

(د) **التعميم** : اذ يصبح المشاهد باحثا فى الظاهرة التى يجمع الحقائق حولها ، وبعد أن يتم جمع كل ما يستطيع من المعلومات ووقائع حول مشكلته ويصنفها

---

(1) بحثنا فى نظرية السياحة نشرة المركز الدولى للتدريب التابع لمنظمة العمل الدولية فى سبتمبر 1969 .

تصنيفا عمليا ، فانه يبدأ فى اكتشاف السمات المتكررة والعلاقات المتطابقة بين هذه الحقائق والتى يمكن ان يضعها فى صورة قوانين علمية ثابتة .

(هـ) **وضع فرض معين** : الفرض هو نظرية مبدئية . فالباحث يضع فرضا أو فروضا يمكن ان تفسر القوانين العلمية التى اكتشفها .

(و) **الاختبار والتحقيق** : وهذه هى آخر مرحلة من مراحل تكوين النظرية وهى مرحلة الاختبار للفرض الموضوع عن طريق البحث عن حقائق جديدة يمكن لهذا الفرض أن يحكمها ليتبين مدى ملاءمة الفرض الذى وضعه لتفسير تلك الحقائق او الوقائع . فاذا نجح فى ذلك فانه يكون قد توصل الى نظرية علمية مقبولة .

ويجب التنويه الى انه لا توجد نظرية علمية يمكن أن تقدم حلولا نهائية لكل الظاهرة التى نحن بصدد دراستها ولكنها تبين وتشير فقط الى طريقة عمل قانون علمى او اكثر من القوانين المتعددة والتى تحكم تلك الظاهرة .

والسياحة ليست مجرد نشاط انسانى ولكنها نشاط اجتماعى انسانى من نوع خاص يمثل جنسا يتفرع منه انواع كثيرة قد يحكم كل نوع قانون علمى أو أكثر. ولانها ظاهرة انسانية فانها تتصل اتصالا وثيقا بالعالم الداخلى للسائح أى داخل نفسه ، وعالمه الخارجى أى العوامل الخارجية التى تؤثر عليه فتدعوه الى زيارة دولة معينة دون أخرى أو منطقة دون أخرى . ولذلك فان دراسة واعية للحاجات الانسانية وتدرجها سواء اكانت حاجات اساسيه او حاجات مكتسبة وللدوافع للسفر وهى سلسلة متراكبة من النبضات السيكولوجية والاجتماعية . وكل ذلك امر واجب لتفسير النظرية السياحية .

تجريد السياحة (١)

ولكى يمكن بناء نظرية السياحة على أساس علمى يجب ان تقوم بتشريح الظاهرة السياحية لكى نبرز عناصرها الأولية والأساسية التى لاتقوم بدونها .

فمن الناحية العضوية يمكن تجريد الظاهرة السياحية الى العناصر الآتية : ــ

(أ) **عنصر حركى** Dynamic وهو فعل الانتقال من مكان الى آخر (الرحلة)

(ب) **عنصر ثابت** Static وهو الاقامة فى الدولة او المنطقة المسافر اليها .

وهذا العنصر لا يتصف بالثبات المطلق اذ قد يتضمن انتقالات وزيارات داخلية ولكنه ثابت ثبوتا نسبيا بالمقارنة مع العنصر الاول .

---

(١) بحثنا فى نظرية السياحة سبتمبر ١٩٦٩ المرجع السابق .

النظام السياحى الوظيفى :

ذهب الدكتور CLARE GUNN الاستاذ بجامعة تكساس بأمريكا فى كتابة « التخطيط السياحى » (١٩٧٩) الى ان تجريد السياحة الى عناصرها الأولى يميط اللثام عن نظام مركب من خمسة عناصر اساسية هى :

١ ــ السائح TOURIST
٢ ــ اتجاه المعلومات INFORMATION DIRECTION
٣ ــ النقل TRANSPORTATION
٤ ــ عناصر الجذب السياحى ATTRACTIONS
٥ ــ التسهيلات والخدمات FACILITIES

السائحون
خصائصهم مواقعهم
نشاطاتهم واهتماماتهم
دوافعهم اتجاهاتهم
الموسمية

النقل
الى مواقع عناصر الجذب
السياحى والى المدن
التى بها هذه العناصر

اتجاه المعلومات
الاعلام - المرشدون
التسويق

عناصر الجذب السياحى
اهم المعالم التى تكون دافعا
للزيارة وتشبع الرغبات والدوافع

التسهيلات والخدمات
اماكن الاقامة - الطعام والمشروبات
المشتريات ... الخ

واوضح الأستاذ كليرجا ان هذه العناصر الخمسة بتفاعل كل مع الآخر بحيث يؤثر كل منهما فى الاخر تأثيرا متبادلا ــ واضاف ان هذه العناصر هى الأســاس فى كل تخطيط للتنمية السياحية بحيث يجب ان تنصب مجهودات التخطيط على كل عنصر من هذ العناصر وهذا فى نظر الاستاذ الامريكى هو الاساس لضمان الوحــدة والشمولية فى دراسة السياحة لفهم كافة القوانين والاتجاهات التى تحكم ظاهــرة السياحة فى العــالم .

وان أى اتجاه لدراسة السياحة بطريقة مجزاه غير شــاملة كدراسة الفندقة والطيران والدعاية والاعلان كل من ناحية من شأنه ان يضلل الباحث المعنى بتخطيط التنمية السياحية لأنه ســيفقد العامل المشــــترك الذى يرتب التفاعل بين كــل هــذه العناصر .

وهذان العنصران يعجزان وحدهما عن انتاج ظاهرة السياحة اذ يجب لكى توجد هذه الظاهرة من توفر عنصرين آخرين هما :

(ج) **عنصر الانسان** : وهو فاعل عنصرى الحركة والثبات .

(د) **مجموعة العناصر الظرفية** وتتكون من : عنــاصر طبيعيــة وجغرافية وبيئية :ــ

ــــ عناصر تاريخية وحضارية .

ــــ عناصر التسهيلات والخدمات السياحية اللازمة لاستقبال السائحين والتعامل معهم مما يجعل اقامتهم مرضية ومحققة لأهداف الرحلة .

ــــ عناصر تنظيم وادارة .

ــــ عناضر النقل السياحى ووسائله .

ويجب تفسير الظاهرة السياحية ــ فى ضوء العناصر السابقة ــ على اساس قانون السبب والنتيجة فالتأثير المتبادل بين هــذه العناصر بالتطبيق على دولة معينة هو مجال حيوى من مجالات البحث السياحى المتعمق .

وبمقارنة هذا النظام الوظيفى للسياحة مع ماشرحناه من تجريد الســياحة الى عناصرها العضوية الأساسية نجد ان عنصرى الانسان والمجموعة الظرفية هما المقابلان للعناصر الخمسة التى اقترحها الدكتور كليرجن ولا تختلف النظرتان كثيرا .

الفصل الثالث

ضوابط التخطيط السياحى

يمر التخطيط عبر مراحل ثلاث تمثل أسئلة ثلاثة هى ما هو الوضع الحالى ، وما هو الوضع المستهدف ، وكيف يمكن الانتقال من الوضع الحالى الى الوضع المستهدف ؟

اولا ــ ما هو الوضع الحالى :

وللاجابة على هذا السؤال ، فان الامر يقتضى تقدير موقف يعد بمثابة صورة فوتوغرافية اخذت فى لحظة زمنية معينة ، وبالتطبيق على قطاع السياحة فان تقدير الموقف يمكن ان يغطى الاتى :

ــ تحليل الطلب (الحالى والمستقبل)

ــ تحليل العرض (الحالى والمستقبل) علاوة على تحليل الانشطة المتنافسة .

ــ التطورات المستقبلة المتوقعة .

ــ مخزون الموارد .

ــ تحليل عناصر القوة والضعف .

كما يتم أيضا دراسة عناصر التكلفة وتغيراتها النسبية من نقطة وصول الى اخرى ومن سوق سياحى لآخر ، ومن ثم فاذا كانت معدلات التضخم فى ايطاليا هذا العام حوالى ٣٠٪ مما يفوق نسبة التضخم فى بلد سياحى آخر كأسبانيا مثلا ، فان هذا سيؤثر بلا شك على مستويات الطلب السياحى على أيطاليا .

كما ان تأثير العنصر السياسى لا يمكن اغفاله ، حيث ترتبط حركة السياحة بمدى الاستقرار السياسى ، فمثلا الفوضى السياسية التى حدثت فى البرتغال فى عام ١٩٧٤ وتزايدت بعد ذلك لا شك ادت الى تأثير سلبى على نصيب البرتغال من اجمالى عدد السائحين فى العالم .

علاوة على ذلك فان دراسة التطورات التى تطرأ على عناصر ووسائل الانتقال الجوى والبحرى والبرى ، امر غاية فى الأهمية ، فالتطورات التى طرأت على وسائل النقل الجوى كظهور البوينج ٧٠٧ منذ الخمسينات ، فقد أثر بشكل ما على وسائل النقل البحرى ، فيما يحقق النقل عبر المحيطات .

التطورات المستقبلة المتوقعة وتتضمن الاتى :

١ ــ الدول المصدرة للسائحين

ــ اتجاهات اقتصادية ، نمو أم كساد .
ــ اتجاهات السفر ، أفراد ، مجموعات ، سيارة أو انتقال جماعى .
ــ اوقات الفراغ .
ــ السكان .
ــ الهيكل الطبقى والوظيفى .

٢ ــ الاتجاهات التكنولوجية

اختراعات جديدة فى وسائل النقل ، التغذية ، التسويق ، او التمويل والتى قد تؤثر على صناعة السياحة : مثل كافيتريات الخدمة الذاتية ، القطارات السريعة عابرة المدن ، الثلاجات ، ماكينات تنظيف الاحذية ، بطاقات الائتمان ، مراكز الحجز التى تعمل بالحاسب الالى ... الخ .

٣ ــ الاتجاهات الهيكلية فى صناعة السياحة

ــ اتجاهات تكاملية بين شركات الطيران وشركات الفنادق (مثل تكامل بان اميركان مع شركة انتركونتيننتال للفنادق ، واير فرانس مع الميريديان) .
ــ انشاء الموتيلات ، الشقق الفندقية ، القرى السياحية ، فنادق المطار ، مناطق للكارفانات . الخ .

٤ ــ اتجاهات استهلاكية وبيئية

ــ تشريعات للتغذية والمشروبات خاصة بالصيفات ووسائل الحفظ .
ــ تشريعات خاصة بتنسيق الموقع .
ــ تشريعات خاصة بتلوث الهواء والضجيج .
ــ تشريعات خاصة بالاعلانات .

مخزون الموارد :

ــ لابد من التخطيط على مستويات مختلفة ، بالنزول ابتداء من المستوى القومى ومن ثم فان تحديد مخزون الموارد المتاحة لابد وأن يكون فى المقام الأول على المستوى القومى على ان تكون الموارد موضع الدراسة ذات صلة ما بصناعة السياحة .

ــ وان الهدف وراء تحديد الموارد المتاحة هو الآتى :

١ ــ تعيين المعوقات والمحددات التى تؤثر على الأهداف السياحية القومية .

٢ ــ تحديد نقاط القوة والضعف فى القدرة القومية على اجتذاب السائحين .

ويمكن تقسيم الموارد على االمستويات التالية :

١ ــ الموارد الاقتصادية على المستوى القومى ــ المعوقات .

٢ ــ الموارد السياحية ــ نقاط القوة والضعف .

وعلى سبيل المثال ، يمكن التطبيق على بعض جزر الكاريبى كالآتى :

المعوقات الاقتصادية على المستوى القومى	**المعوقات المحتملة**
السكان : ٥ر١ مليون نسمة	محددات ومعوقات وصول السائحين
اجمالى الناتج القومى : ٧٥٠ مليون دولار .	الحاجة لمصادر النقل السياحى.
العجز فى ميزان المدفوعات : ١٥ مليون دولار سنويا .	
المدن الرئيسية : العاصمة ٣٠٠ الف نسمة ٢٠٪ من اجمالى السكان .	الحاجة لاستغلال وعدم مركزية عناصر الجذب السياحى
مدن أخرى : ١٠٠٠٠٠ ، ٦٠٠٠٠ .	عدم كفاية نقط الوصول .
المطارات : عددها أربعة منها مطار دولى .	
موان : عددها ثلاثة ، منها ميناء مجهز للعبارات .	الحاجة للنمو الصناعى (مدى تعارض ذلك مع قطاع السياحة)
الصناعة : ٤٢٠ وحدة انتاج يمثل انتاجها حوالى ٣٠٪ من اجمالى الناتج القومى .	الحاجة لخلق فرص عمل اضافية
البطالة : حوالى ٨٪ .	الخطر الناشىء من ضعف القدرة التنافسية ومحددات السعر .
الطرق : ٢٥٠٠ ميل (منها ٣٠٪ ممهدة) .	
السكك الحديدية : ٨٠٠ ميل .	
التضخم : ٢٥٪ سنويا .	
مستوى الأسعار : أقل من فنزويلا وأعلى من المكسيك .	عدم كفاية التدريب المهنى ، ووجود ثغرات تعليمية .
عدد الاسرة : ٤٠٠٠ سرير .	
مدارس التدريب المهنى السياحى : لا يوجد	
الجامعات : عدد ٢	
كليات فنية : عدد ٦	

وبالنسبة للجزء الثانى والخاص بالموارد السياحية وتحديد نقاط القوة والضعف وبالتطبيق على نفس المكان (جزر الكاريبى) ، يمكن على سبيل المثال ملاحظة الآتى :

نقاط القوة :

نقاط الضعف :

عناصر الالغاء .

— نظام حكم مجتمع ديكتاتورى .

— تواجد امراض الناموس .

عناصر مرضية :

— طبيعة الشعب الطيبة .

— اللغات التى يتكلمونها (دولية) .

— لم يستغل المكان بعد استغلالا كافيا .

عناصر غير مرضية :

— ضعف الامكانيات الصحية .

— ضعف مستوى المرافق .

— اجراءات الدخول .

— اجراءات تغيير العملة المعقدة .

— اجراءات الوقاية الصحية المطلوبة .

الموقع والاتصالات :

قلة تكلفة الوصول اليها من امريكا الشمالية ، امريكا الوسطى ، فنزويلا كولومبيا ، والمكسيك .

— ارتفاع تكلفة الوصول اليها من اوروبا .

— مستوى الطرق الردىء .

عناصر الجذب السياحى .

المناخ : شمس ساطعة لاكثر من ٢٠٠ يوم فى السنة وتتراوح درجة الحرارة بين ٢٠ — ٢٥م .

— تلوث خفيف للغاية .

— نسبة الرطوبة مرتفعة .

— اعاصير لمدة شهرين من كل عام .

— عدم توافر مناطق مجهزة كالتزحلق على الجليد .

الموارد الطبيعية :

الجبال .

الغابات .

— شواطىء ذات رمال بيضاء .

— صيد فى الاعماق .

— شلالات مياه ذات مناظر خلابة .

— اسماك مدارية .

— حيوانات برية وتماسيح .

— انتشار سمك القرش على الشواطىء الشرقية .

— عدم وجود تنظيم كاف لتشجيع رياضة الصيد فى الاعماق .

— ضعف مستوى الخدمة بالفنادق المتوسطة .

— عدم كفاية عدد الفنادق ذات الثلاث نجوم .

الموارد الانشائية :

— معابد قديمة .

— فن معمارى قديم وحديث .

— قلاع عسكرية من القرون الماضية .

تراث ثقافى :

ـــ فن شعبى شيق للغاية .
ـــ موسيقى ذات وقع طيب .
ـــ كرنفالات رائعة .

عناصر أخرى :

ـــ صناعات يدوية جيدة .	ـــ لا توجد صناعة ملابس واذواق محلية .
ـــ صناعات محلية طيبة .	ـــ تسهيلات شحن غير كافية .
ـــ اثاث محلى جذاب .	ـــ بيروقراطية الجهاز الادارى . ـــ
ـــ فواكه لذيذة .	ـــ ارتفاع مستويات الضجيج .
ـــ امانة الشعب ، حيث لا توجد سرقات .	ـــ ارتفاع مستوى الأسعار عن قيمة الاشياء الفعلية .

ـــ والانتقال من هذا المثال الخيالى الى حالة اكثر واقعية ، يمكن ان نضيف الآتى :

التراث التاريخى :

ـــ الاماكن التاريخية .
ـــ المتاحف .

التراث الدينى :

ـــ مراكز الأديان (الفاتيكان ـــ مكة المكرمة) .
ـــ الحجيج .
ـــ الاحتفالات الدينية .

عناصر الجذب التى يصنعها الانسان .

ـــ منتديات الترفية (تيفولى ـــ ديزنى لاند ـــ ... الخ) .
ـــ الصوت والضوء .
ـــ الرحلات النهرية (رحلات المسيسبى).
ـــ النماذج المصغرة للمدن .
ـــ حدائق النباتات ، ومزارع الزواحف .
ـــ حدائق الحيوانات وغابات السفارى .

المعارض التجارية والمؤتمرات :

كمعارض السيارات ، ومعارض التحف الاثرية .

ومن ثم فان مصادر الجذب السياحى يجب تحديدها ، وتحليلها حتى يمكن تحديد نقاط الضعف فيها ومعالجتها ، واتخاذ الخطوات التى تكفل تصحيحها ، ويجدر الاشارة فى هذا الصدد ايضا ، ان هذا الحصر لمخزون عناصر الجذب السياحى المتاحة يجب أن يتم سنويا ، ويتم تعديله وتحسينه أولا بأول ، للمحافظة على نوعية

المنتج السياحى المتاح ولضمان كفاءة برامج التسويق المنوط به للحافظ على القدرة التنافسية فى السوق الدولى للسياحة ، كذلك فأن الملاحظة المستمرة لعناصر الجذب السياحى يمكن ان توفر وسيلة انذار مبكر فى حالة حدوث اى تدهور لأى عنصر من العناصر المتاحة ، سواء كان عنصرا هاما أو غير ذى أهمية ، فعلى سبيل المثال ليس هناك نفع من انشاء مطار دولى على أعلى مستوى اذا لم تكن الخدمات المكملة الخاصة بهذه الخدمة الرئيسية متوفرة مثل توفر كفاءة خدمة نقل الحقائب وهـذا يعنى ان المعوقات الصغيرة قد تؤدى الى الغاء النفع المتولد من الاستثمارات الضخمة .

ويجب على الدولة اصدار التشريعات اللازمة الخاصة بكل العمليات التى يحتاجها السائح منذ لحظة وصوله وحتى مغادرته حتى يسهل حركة تدفق بل وزيادة عدد السائحين القادمين الى أقليم الدولة .

وبذلك يصبح من الضرورى استمرار الرقابة على كفاءة كل عنصر من عناصر المخزون المتاح من الموارد لدى الدولة ، حتى يتسنى لنا معرفة مركزنا التنافسى فى مواجهة الدول السياحية الأخرى ، وتصحيح أو تعديل أو تطوير ما قد يحتاج الى ذلك . من ثم يصبح ازالة كل عقبة خاصة بأى عنصر من العناصر فى حد ذاته هدفا تخطيطيا يجب السعى لتحقيقه .

ثانيا ــ ما هو الوضع الحالى المستهدف :

للاجابة على هذا السؤال يمكن القول بتحديد الخطوط العامة للوضع المستهدف من الخطة القومية للدولة . والخاصة بتنمية قطاعات الدولة الاقتصادية المختلفة ، كما يجب ان توضع خطة قومية للسياحة فى اطار الخطة القوميـة العامة للدولة ، بصرف النظر عما اذا كانت هذه الدولة ذات اقتصاد مركزى موجه او اقتصاد حر . ويمكن ذكر بعض الأهداف التى قد تتضمنها الخطة العامة للدولة والتى يمكن تطبيقها على قطاع السياحة على الوجه الآتى :

١ ــ جذب الاستثمارات الأجنبية والفن التكنولوجى (وعلى سبيل المثال فى قطاع الفنادق) .

٢ ــ زيادة عوائد النقد الأجنبى (وقد لعبت عوائد النقد الأجنبى فى اسبانيا والمتولدة من قطاع السياحة دورا هاما فى تغطية جزء كبير من تكلفة الواردات الاجمالية) .

٣ ــ تنشيط عمل « المضاعف » بالنسبة لسائر القطاعات الاقتصادية .

٤ ــ خفض نسبة البطالة وذلك بخلق فرص عمل جديدة ، وخاصة فى قطاع السياحة .

٥ ــ الحفاظ على التقاليد والعادات وتقليل الفجوة الحضارية .

٦ ــ الحفاظ على البيئة والسيطرة على التلوث .

٧ ــ تحقيق مستوى متوازن من النمو الاقتصادى .

٨ ــ التحكم فى الموجات التضخمية الموسمية فى الاقتصاد القومى عن طريق

استراتيجية علمية للتسويق السياحى .

٩ ـ تحديد نسب واعداد وصول السائحين بالنسبة لاجمالى سكان الدولة ٪ حفاظا على الطابع الحضارى والاجتماعى للدولة .

١٠ ـ منع الانشطة الصناعية من الزحف فى مناطق معينة ذات قيمة سياحية .

١١ ـ توسيع الافق الفكرى والحضارى لشعبها .

١٢ ـ تنمية القوى البشرية والمهارات الادارية فى قطاع الخدمات .

١٣ ـ تنمية صناعات تصدير جديدة الى جانب السياحة ومرتبطة بها . مثل صناعات الاثاث التذكارات ، الصناعات اليدوية ، الملابس ٪ الزهور ، والمأكولات ... الخ .

ثالثا ـ كيفية الانتقال من الوضع الراهن الى الوضع المستهدف :

وللاجابة على هذا السؤال ايا كان مستوى التخطيط فان المخطط يجب أن يضع فى خطته : ـ

ـ اهداف هذا المستوى من التخطيط والتنظيم للنشاط .

ـ وسائل تحقيق هذه الأهداف (برنامج استثمار ، وسائل تسويق ... الخ) .

ـ تحليل التكلفة والعائد لكل عمل مخطط (تكاليف استثمارية ، تكاليف جارية ، العوائد نسب التضخم ، ووسائل بديلة لاستثمار النقود ، او تكلفة الفرصة البديلة) .

ـ توزيع المسئوليات على الافراد القائمين على عملية الخطة .

ـ الوقت المتاح لكل عنصر من عناصر الخطة .

ـ الميزانية النقدية المتاحة والمخصصة لكل عنصر ، وكيفية توفيرها .

ـ وسائل التحكم لقياس مدى التقدم الذى تحقق بالمقارنة لما هو مخطط فعلا وقياس هذه الفروق وشرح اسباب هذا الاختلاف ، ويمكن استخدام هذه النتائج فى وضع تقرير موقف ما يستخدم فى المرحلة التالية من التخطيط .

ويمكن تقسيم مستويات التخطيط السياحى الى خمسة اقسام : ـ

١ ـ المستوى الأول : الخطة الشاملة القومية

وهى التى تحدد الأهداف والموارد المتاحة على المستوى القومى وعادة ما تمتد لفترة ما بين ٥ ـ ١٠ سنوات .

٢ ـ المستوى الثانى : الخطة القومية للسياحة

هى التى تحدد الأهداف المرجوة فى قطاع السياحة بطريقة شاملة وتفصيل ضوابط التنمية السياحية وبرامجها وتمتد ما بين ٤ ـ ٦ سنوات .

٣ ـ المستوى الثالث : الخطط الاقليمية او القطاعية

القطاعية	الاقليمية
وهى الخطط التى توضـع فى قطاع أو نشـاط معين يتصـل بالسياحة بطريقـة مباشرة أو غير مباشرة .	وهى الخطط الخاصة لمنطقة جغرافيـة بعينها .

٤ ـ المستوى الرابع : البرامج

وهى عادة ما تكون مجموعة من مشروعات معينة يراد انهاؤها فى خلال ســـنة مالية معينة ، وهذه البرامج قد ترتبط بمنطقة معينة او بعده مناطق .

٥ ـ المستوى الخامس : المشروعات

والمشروع هو عنصر مستقل فى برنامج سنوى معين بقطع النظر عن امكان انهائه خلال السنة المالية أو لا اذ يمكن ان ينقسم المشروع الى عـدة مراحل وتعتبر كل مرحلة منها مشروعا .

□□□

الفصل الرابع
مكونات الخطة السياحية الشاملة

ان من ابجديات التخطيط السياحى ان تكون الخطة السياحية القومية جزءا لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى الدولة ، وبالتالى يجب أن تستند الى ذات الأسس التى تستند اليها تلك الخطة فى ضوء الأولوية التى وضعت فيها السياحة بالنسبة الى قطاعات التنمية الأخرى كالصناعة والزراعة والبترول والتعدين وغير ذلك .

فيجب أن تحدد الدولة اذا ما كان اهتمامها بالسياحة يصل الى اعتبارها قطاعا انتاجيا هاما يدخل فى منافسة مع القطاعات الانتاجية المشار اليها بعد اجراء تقييم شامل لمستقبل كل هذه القطاعات بناء على المقومات الطبيعية والخبرة الفنية والادارية المتوفرة وغير ذلك من عناصر فرعية كعنصر المنافسة من الدول المجاورة او من الدول الاقرب الى الاسواق التى تصرف فيها هذه السلع او المنتجات .

ويلاحظ انه يجب التفرقة بين كون السياحة صناعة خدمات Services Industry وهو ما تختلف فيه عن الصناعة التحويلية أو الاستخراجية وبين اعتبارها مجرد قطاع خدمات . وذلك لأن خطة التنمية السياحية تعتمد أول ما تعتمد على بنية المرافق الأساسية Infrastructure ووجوب توفرها قبل البدء فى تعمير منطقة ما واعدادها سياحيا (وبنية المرافق الاساسية تشمل الطرق ووسائل المواصلات وتوفير مياه الشرب والكهرباء وخطوط التليفونات وغير ذلك) .

فاذا ما تبين أنها تستأهل هذا الاعداد وتجهيزها بالفعل ، فان السياحة بعد ذلك تعتبر قطاعا اقتصاديا انتاجيا لأنها تدر دخلا للدولة بالعملات الحرة ولأنها فى ذات الوقت مجال خصب لتنشيط الدورة الاقتصادية داخلها عن طريق الأثر المضاعف للسياحة .

ولأنها تساهم على قيام وتنشيط صناعات جانبية كثيرة كصناعة الفنادق بكل ما فيها من تفصيلات وجزئيات ، وصناعة التذكارات السياحية والملاهى والكازينوهات بل وتنشيط صناعات أخرى قد تبدو بعيدة عن مجال السياحة كصناعة

المنسوجات والاخشاب والتشـــييد والصـناعات الغذائيـة وغير ذلك لأن زيادة السائحين يعنى زيادة استهلاك هذه المنتجات .

ولا يفهم من كل ما تقدم أن الخطـة القومية للسـياحة فى الدولة لا تتضـمن الا خطة النهوض بالمناطق السـياحية الموجودة بالدولة واعدادها اعدادا سياحيا شاملا متلائما مع الحركة السياحية وانما تشمل فضلا عن ذلك كافة جوانب العمل السياحى Tourist Action بحيث تحقق نموا متوازنا لكل هذه المجـالات حسب الحاجة وبما يتلاءم مع اتجاهات الحركة السياحية .

فالخطة القومية للسياحة يجب ان تتضمن :

(أ) التسـهيلات السياحية :

وهى اجـراءات الحـدود التى تتبع مع السـائحين من السـلطات المختلفة كالجوازات والجمارك والنقد والحجر الصحى وغير ذلك .

(ب) التسـويق السياحى :

باستخدام استراتيجية تسويقية متكاملة خارجيا وداخليا وما اذا كان يقـوم بوضعها وتنفيذها جهاز السـياحة الرسمى مباشرة وبصـورة مركزية أو تقوم بها المكاتب السياحية والاعلامية والخارجيـة والى أى مدى تكـون هذه المكاتب متمتعة بحرية فى الحركة واستقلال فى العمل ، وما اذا كان يحسن الاستعانة بمكاتب أجنبية للعلاقات العامة لتساعد فى برامج التسويق المتكامل فى بعض الاسـواق السياحية وخاصة الاسواق التقليدية كالبلاد الاسكندينافية وبريطانيا والمانيا وفرنسا .

(جـ) التنظيم الادارى السياحى الداخلى :

بمعنى وضع التنظيم الحكومى أو غير الحكـومى الذى يتلاءم مع امكانيات البلاد وظروفها فيشمل حجم السلطة الرسمية للسياحة وكيانها (وزارة أو هيئـة أو اتحاد او جمعية قومية للسياحة وغير ذلك) وما تتضمنه هذه السلطة من ادارات واقسام يمليها مدى التدخل الذى تباشره هـذه السـلطة فى صـناعة السياحة . وكذلك يجب أن تتضـمن خطة التنظيم السياحى تحديد احتياجات الدولة من أجهزة التنسيق بين مختلف قطاعات الدولة التى يتصل نشـاطها بصناعة السـياحة . فيجوز للدولة أن تنشىء لجنة وزارية للتنسيق أو مجلسا أعلى للسياحة يقوم بهذه المهمة التنسيقية بين الوزارات المختلفة . على انه يشترط فى هذا الجهاز أن يكـون فعالا ونشطا والا يكون فى قيامه بمهمته اى ازدواج لأعمال اجهزة اخـرى ينشأ بينه وبينها التضـارب .

ويجب الا ننسى انه قد تدعو الحاجة احيانا وخاصـة فى الدول الفيدرالية أو الدول الموحدة التى تتبع نظـام الحكم المحلى ـ لانشاء أجهزة اقليمية للنهـوض

بالسياحة فى اقاليمها التى تتمتع بمقومات ومزايا سياحية تجعلها مقصدا للسائحين . فأول ما يهم فى هذا المجال ان تحدد اختصاصات هذه الأجهزة ومدى تبعيتها لكل من سلطة السياحة الرسمية فى الدولة واجهزة الحكم المحلى التى نشأت فى ظلها اذ غالبا ما يقوم تداخل وينشأ تضارب بين اختصاصات هذه الأجهزة واختصاص جهاز السياحة الرسمية ولا تكون تبعية هذه الاجهزة المحلية محددة تحديدا واضحا (١) .

ويدخل فى التنظيم السياحى الداخلى ضرورة النهوض بمستوى العاملين فى السلطة السياحية الرسمية والاجهزة الاقليمية على أساس اختيارهم وفقا لضوابط معينة سلفا لدورات تدريبية مستمرة تحقق استمرار محافظتهم على المستوى الذى يستلزمه التطور الدائب فى مجالات السياحة العالمية .

(د) تحديد سياسة الدولة فى مساعدة قطاع السياحة :

وهذا التحديد من المجالات الهامة التى يجب أن تتضمنها الخطة الشاملة للسياحة فكثيرا ما تكون سياسة الدولة تجاه صناعة السياحة غير واضحة يشوبها عدم التحديد .

هل تترك السياحة فى الدولة للنمو العشوائى والتقدم التلقائى دون تنظيم تشريعى متكامل وخاصة وهى تستهدف لمنافسات ضخمة من دول سياحية كثيرة أم يجب أن تشجع من الدولة بطرق عديدة لحثت اليها الدول الحديثة ؟ ومساعدة الدولة لصناعة السياحة بوجه عام تتمثل أولا فى اصدار التشريع السياحى الشامل المنظم لهذه الصناعة بكافة جوانبها Tourist Basic Law والقرارات التنظيمية الاخرى التى يكون مجال الكلام عنها فى اطار خطة التنظيم السياحى .

(هـ) تنمية النشاطات النوعية فى صناعة السياحة :

يجب أن يخصص مكان فى الخطة الشاملة لتنمية كل من القطاعات السياحية الهامة بعد تحليل البيانات المتوفرة عنها ونسبتها الى الحركة السياحية المتوقعة للبلاد خلال سنى الخطة . وأهم هذه القطاعات هى الفنادق وأماكن الاقامة التكميلية ــ أماكن التسلية واللهو كالنوادى الليلية والمقاهى ــ شركات السياحة والمرشدين ــ تجار العاديات والسلع السياحية ــ وسائل النقل السياحى من طيران وبواخر بحرية ونهرية وبرية . ولا يمكن أن تتكامل تنمية النشاطات النوعية الا بتنمية القوة البشرية التى تعمل بها عن طريق تدريب العاملين بهذه النشاطات حتى يتحقق لهم مستوى اداء مشرف يتفق مع المستويات العالمية .

---

(١) محاضرات دكتور صلاح الدين عبد الوهاب فى ادارة المنظمات السياحية لطلبة بكالوريوس السياحة بجامعة الاسكندرية عام ١٩٨٦ .

(و) تحديد مجالات عمل لكل من القطاعين العام والخاص :

ويتعين ان تكون الخطة الشاملة للسياحة واضحة كل الوضـــوح فى تحديد معالم النشاط السـياحى لكل من القطاعين العام والخاص ، فيحدد مجـال عمـل للقطاع العام فى التنمية السياحية ويحـدد مجال متوازن معه للقطاع الخاص حتى يعمل هذا الاخير بدوافع تؤدى الى ازدهار حركة السـياحة فى البلاد لأن المسـلم به ان السياحة تدور أولا وأخيرا على العامل الانسانى وهو السائح .

(ز) خطة النهوض بالمناطق السياحية ((التصنيع السياحى)) :

ولعل أهم جزء تتضمنه الخطـة الشـاملة هو ربط الطلب السـياحى الحالى والمتوقع بما يجب ان يتوفر فى البلاد من عرض سياحى ولذلك فانه يجب ان يسبق التفكير فى وضع خطة النهوض بالمناطق السياحة عمل مســح شامل للمقومات السياحية المتوفرة فى البلاد ويفترض هذا المسـح تجميع كافة البيانات والاحصاءات عن الاسواق المصدرة للسائحين واتجاهاتهم وجنســيات السائحين الذين يفدون الى المنطقة التى تقع فيها الدولة ، وعمل دراسة ميدانية تشــمل التعرف على مطالب هؤلاء السائحين من واقع استبيانات توزع عليهم وتحديد معالم مناطق الجذب الســـياحى فى المنطقة وبالذات فى الدول التى يزيد حجم حركتها السياحيــة عن بلادنا ثم التعـرف على طــرق الدعاية المنافســة ومقارنتها بدعايتنا .... الخ .

ثم تبدأ بعد ذلك دراســة لتحديد المناطق التى يراد تطويرها وتنميتها سياحيا كانشاء المصايف والمشاتى او قرى الاجازات أو اسـتغلال مناطق تاريخية قديمـة استغلالا سياحيا حديثا او غير ذلك .... ويجب ان تتضمن الدراسة ما يلى :

١ ــ الظروف الجغرافية والطبيعية للمنطقة :

ويشمل ذلك دراسة الخصائص الطبيعية للمنطقة ســواء أكانت جبلية او سهلا تقع مباشرة على شاطىء البحر أو بعيدة عنه وتتمتع بمقومات جذب ســياحى اخرى كأن يكون بها ينابيع مياه معدنية أو كبريتية أو حمامات طين تصلح لعلاج أمراض معينة . ويدخل فى هذه الدراسة موقع هذه المنطقة بالنسبة للطرق ووسائل المواصلات ومدى بعدها عن المطارات أو الموانى .

٢ ــ الظــروف المناخيــة :

من حيث توافر اشعة الشمس على مدار فصول السنة ودرجة الجو وفترات سقوط الامطار واتجاهات الرياح اذ ان ذلك يحدد المدة التى تصبـح فيها المنطقـة لاستقبال السائحين واستخدامات المنطقة لأى من أنواع السياحة ... الخ .

٣ ــ الظروف الاقتصادية المحيطة بالمنطقة :

كأن تكون زراعية أو صناعية بدائية أو متطورة ومدى امكان تغيير هذه الظروف والتأثير فيها لكى تسد حاجات السائحين الذين يمكن أن يفدوا اليها . ويتصل بهذه الدراسة التعرف على توفر او عدم توفر المرافق الاساسية بها كالمياه الصالحة للشرب ، والكهرباء ، وخطوط التليفون ووسائل المواصلات وغيرها فاذا لم تكن هذه المرافق الاساسية متوفرة يجب ان يدرس مدى استعداد الاجهزة الرسمية القائمة على توفر هذه الخدمات والمرافق الاساسية لمد المنطقة بها قبل الزمن المحدد للبدء فى اعدادها وتجهيزها سياحيا .

٤ ــ الظروف السكانية والاجتماعية :

وهى كل ما يتصل بمدى كثافة السكان فى المنطقة ، والمستوى الاجتماعى لهؤلاء السكان ووعيهم الثقافى والسياحى ومدى استعدادهم للقيام بالأعمال التى ستتولد عن اعداد وتجهيز المنطقة سياحيا .

٥ ــ امكانات التسويق :

لهذه المنطقة وما ينتظر لها من مستقبل اذا كان لم يبدأ فى اعدادها بعد أو مستقبل التوسع فى اعدادها ان كانت معدة سياحيا من قبل . وتستلزم دراسة هذه الامكانات معرفة نوع الرغبات التى تتمتع بها هذه المنطقة وصدى هذه الرغبات فى الاسواق الخارجية والداخلية .

٦ ــ تحديد نوع المشروعات السياحية التى يتعين ادخالها فى هذه المنطقة :

ويترتب على كل الدراسات السابقة تحديد نوع الاستغلال السياحى الذى يمكن ادخاله فى المنطقة محل التخطيط . هل يستلزم الأمر بناء فنادق ؟ ومن اى طابع ؟ ــ ومن أى مستوى ؟ وهل تتعدد مستوياتها أم يكتفى بمستوى واحد ؟ وما هى الطاقة الفندقية المطلوبة ؟ هل ينشأ بها مخيمات ؟ حدائق ؟ نواد رياضية ؟ هل يستلزم الأمر وجود ملاعب جولف بها مثلا ؟ هل ينشأ بها مرسى للبواخر الصغيرة واليخوت اذا كانت مطلة على البحر ؟ أو هل يستعان بالطائرات الصغيرة للوصول اليها تيسيرا على السائحين اذا كانت بعيدة ؟ وهكذا ... ويدخل فى هذه الدراسات ايضا اقتصاديات المشروعات التى يتقرر انشاؤها وتحديد دور كل من القطاعين العام والخاص فيها . وبالاضافة الى كل ذلك تتم دراسة منشآت الاقامة المختلفة بما فى ذلك مشروعات المشاركة الزمنية ومقارنتها بالمشروعات الفندقية أو قرى الاجازات أو غير ذلك .

بعض المعلومات والبيانات التى يجب جمعها ودراستها قبل البدء فى وضع اية خطة سياحية :

اولا ــ تحليل الطلب :

١ ــ تحليل مكونات الحركة السياحية الدولية وفى منطقة اوروبا باعتبارها السوق السياحى الرئيسى فى العالم واقرب سوق سياحى الى بلادنا ٢٢٧٫٥ مليون سائح من ٣٤٠ مليون سائح عام ١٩٨٦ وهو ما يشكل حوالى ٦٧٪ من حركة السياحة الدولية .

٢ ــ دراسة كمية اتجاهات السياحة العالمية الى منطقة الشرق الاوسط والتعرف على جنسيات هؤلاء السائحين .

٣ ــ تحليل كمى للحركة السياحية على الدولة خلال السنوات العشر الاخيرة والتعرف على جنسيات هؤلاء السائحين واهم المناطق التى يزورونها فى داخل الدولة لتصنيف رغباتهم بقدر الامكان .

٤ ــ عمل مقارنة بين حركة السياحة الينا والى بعض الدول السياحية المجاورة كتركيا وقبرص والاردن واسرائيل .

٥ ــ التعرف على طرق وصول السائحين والتعرف على نسبة الواصلين عن طريق البر والبحر والجو .

٦ ــ التعرف على عدد الليالى السياحية السنوية واستخراج متوسط اقامة السائحين من كل جنسية .

٧ ــ استخراج متوسط انفاق السائحين من كل جنسية بقدر الامكان .

ثانيا ــ دراسات ذات طابع نفسى واجتماعى ((دراسة الدوافع للسياحة)) :

دراسة نوع السائحين الحاليين ــ وطريقة تصرفاتهم ورغباتهم ، ودراسة رغبات السائحين فى أهم الاسواق السياحية القريبة عن طريق الاستفهامات والعينة .

ثالثا ــ مميزات العرض الحالى :

(أ) بيانات عامة :

ــ جرد للمرغبات السياحية الموجودة بالبلاد طبيعية وثقافية وتاريخية ودينية وعلاجية .

ــ الموقع الجغرافى للمعالم السياحية ومناخ مناطقها ومدى شعور اهل المناطق نحو السائحين .

ــ مدى توفر المرافق الأساسية كالمياه والكهرباء والطرق والتليفونات والاسواق وغير ذلك ...

ــ حصر المناطق السياحية غير المستغلة والتى يحتمل امكان استغلالها ومزاياها .

(ب) موقف صناعة الفنادق :

— عدد الفنادق — الطاقة ومدى قدرتها على الاستيعاب — تقييمها وتحديد مستوى الخدمة فيها — مدى النقص فى تنظيم المهنة .

— احصاءات فندقية فى المناطق السياحية المختلفة تتعلق بنسب الاشغال ونسبة التردد وتوزيع السائحين حسب الجنسية .

— حساب الاستغلال فى صناعة الفنادق ، تحديد النقطة الحدية للفنادق ، الايرادات الحقيقية ، المصروفات .

(ج) الاقامة فى غير الفنادق :

— الاقامة التكميلية : الشقق المفروشة — البنسيونات — القرى السياحية .

— المعسكرات والمخيمات وبيوت الشباب ... الخ .

(د) تنظيم ونشاط قطاع المواصلات والخدمات الملحقة به :

— النقل الجوى (عدد الشركات العاملة على الخطوط الجوية الى الدولة — عدد الرحلات الاسبوعية لكل شركة — متوسط الامتلاء ، اتجاه المسافرين بعد نزولهم فى القاهرة — معرفة الاسعار — رقم الاعمال .. الخ) واخيرا مدى كفاية النقل الجوى الداخلى لاستيعاب اعداد السائحين الدوليين والداخليين للانتقال الى المزارات المختلفة .

— الشركات التى تتعامل فى الطائرات المؤجرة للرحلات السياحية وعدد هذه الرحلات الاسبوعية — وعدد السائحين القادمين عليها .

— النقل البحرى (عدد البواخر الاسبوعية أو الشهرية وجنسياتها — عدد المسافرين القادمين الى الموانى المصرية عن طريقها — الأسعار) .

— النقل البرى (عدد السيارات العامة القادمة من ليبيا — السيارات الخاصة القادمة من نفس الاتجاه وعن طريق البواخر — حالة الطرق الموصلة للمناطق السياحية اشارات المرور على الطريق — دراسة التغيرات الموسمية — الاستراحات والفنادق والكافيتريات على الطرق — محطات البنزين ومدى كفايتها — محلات بيع معدات ولوازم التصوير .. الخ) .

— مدى استعداد المطارات والموانى لاستقبال السائحين وتقديم خدمات ممتازة وسريعة لهم .

(هـ) تقييم القوة البشرية العاملة فى قطاع السياحة بالأجهزة الرسمية وغير الرسمية ، ومدى قدرة المعاهد السياحية المتخصصة ومراكز التدريب على تخريج جيل قادر على رفع مستوى الاداء فى الخدمات السياحية .

(و) محلات الترفيه وقضاء أوقات الفراغ النهارية والمسائية تدخل فيها الملاهى والكازينوهات ومـدى تميزها بالطابع العربى والنوادى الرياضـية ، وكذلك المطاعم والمسارح ودور السينما وأماكن الرقص والحفلات الفولكلورية وغير ذلك .

(ز) منظمى الترتيبات السياحية الأرضية كشركات السياحة وشركات تأجير السيارات الخاصة والمرشدين والمضيفات وغيرهم .

(ح) مكاتب الاستعلامات والدعاية السياحية فى الداخل .. ويدخل فيها الجمعيات والاتحادات السياحية مثل نادى السيارات ونادى الرحلات وغير ذلك .

(ط) مدى كفاية أصحاب الحرف الأخرى التى يمكن للسائحين الاتصال بهم كمحلات التجميل للسيدات ومحلات الملابس والتصوير والنظارات الطبية ومحلات بيع ادوات الرياضة والمكتبات ومحلات بيع الدخان بأنواعه وصناعات السجاد والموبيليا ذات الطابع الشرقى .

(ى) محلات بيع التذاكر السياحية وامكنة تصنيع هذه التذاكر والعاديات .

(ك) التقاليد والعادات السائدة فى المناطق السياحية المختلفة .

(ل) المناسبات الخاصة كالمهرجانات والمعارض والاسواق الدولية وغير ذلك .

رابعا ـ مدى امكان تنمية الطلب السياحى على الدولة والتأثير فيه :

(أ) دراسة اتجاهات الطلب السياحى العالمى والأقليمى .

(ب) دراسة الاتجاهات الحديثة فى الدعاية ومدى تنوع أساليبها بتنوع أذواق الشعوب والاوقات الملائمة لتركيز الدعاية بحيث تؤثر فى اتجاه السوق .

(جـ) تقسيم السائحين المحتملين بحسب السن ، والجنس ، والدخل ، والمهنة ، والمستوى الاجتماعى ، والبيئة الحضارية (مدينة أو قرية) .

(د) دراسة القوى المؤثرة فى السوق السياحى المحتمل لمنطقتنا العربية .

(هـ) دراسة الطلب السياحى :

- اجمالى التنقلات بين العائلات والافراد .
- تقسيم السائحين المحتملين الى شرائح حسب الدخول .
- قياس التغير فى الدخول والتغير فى الاثمان وايجاد العلاقة بينهما .
- وسائل الانتقال .
- تأثير الدعاية .
- سياحة عطلات نهاية الأسبوع وسياحة الأجازات السنوية والأجازات الوطنية والاعياد .

(و) دراسة دقيقة لشركات السياحة فى كل سوق سياحى محتمل وميادين نشاطها والنوادى الرياضية والاجتماعية ، والمصانع والشركات ، والجمعيات ، والجامعات والمدارس الكبيرة وغير ذلك لأن كل هذه مجالات محتملة للعمل على زيادة الطلب السياحى فى البلاد (سياحة الحوافز وسياحة الشباب) .

خامسا ـ الاطار العام لاجراءات وسياسة الدولة فى القطاع السياحى :

(أ) مدى الرقابة القائمة على المنشآت والخدمات السياحية :

ـ الفنادق واماكن الاقامة .

ـ المطاعم والملاهى وسائر المحلات العامة السياحية .

ـ الخدمات الثقافية .

ـ شركات السياحة ووكالات السفر .

ـ المرشدين .

(ب) مدى كفاية التنظيم السياحى القائم لتحقيق نمو سياحى متوازن :

ـ مدى فعالية التنظيم السياحى الرسمى المركزى والاقليمى والمحلى .

ـ ميزانية التسويق المتكامل .

ـ المكاتب الخارجية وكفاية عملها .

ـ البحوث والاحصاء ومدى خبرة القائمين عليهما .

ـ وجود تشريعات حديثة تضع النقط فوق الحروف بالنسبة للسياسة السياحية (هل يوجد تشريع أساسى للسياحة ؟) .

ـ تقييم عمل القطاع الخاص ومدى قدرته على مواكبة العمل السياحى المتطور .

ـ مدى الاشتراك فى المنظمات السياحية والمؤتمرات الدولية .

(جـ) سياسة الدولة بالنسبة لدعم صناعة السياحة :

(د) تأثير النمو السياحى على مستوى العمالة :

ـ الزيادة الشاملة فى العمل حسب مختلف الانشطة السياحية .

ـ التوزيع الجغرافى للأعمال السياحية المستحدثة .

سادسا ـ مدى تأثير السياحة على الاقتصاد القومى :

(أ) اين يقع مكان السياحة على خريطة المصادر الايرادية على مستوى الدولة ؟ .

(ب) الأثر المضاعف للانفاق والأثر المضاعف للاستثمار فى السياحة .

(جـ) مقارنة نسبة رأس المال المستثمر فى السياحة مع رأس المال المستثمر فى قطاعات اخرى مثل الصناعة الثقيلة والبترول والقطن وقناة السويس وغير ذلك من النواحى المالية والاقتصادية .

(د) القيمة المضـافة الناتجـة عن العمـل .

(هـ) الضرائب التى تحصـل من قطـاع السـياحة .

(و) مقارنة الدخل السـياحي والمصروفات السـياحية .

(ز) تحليل المركز المالى لصـناعة الفنـادق .

— حصر الطاقة الفندقية والعمالة فيها ومستوى الأجور .

— الأسعار القائمة ومقارنتها بالأسعار الدولية السائدة فى الأسواق السياحية والأسعار السـائدة فى المنطقة .

— حساب اجمالى الاسـتغلال الفندقى .

— مصـادر الايرادات .

— هيكل المصروفات الثابتة والمتغيرة .

— قياس انتاجية صناعة الفنادق فى ضوء القيمة الدولية للانتاج واستخراج نقاط الضعف .

— مدى التعامل مع القطـاعات الأخرى .

— اجمـالى الاسـتهلاك .

— أسس وضـع الميزانيـة .

— المواسم السياحية وأثرها على الاستغلال الفندقى .

— تحليل تكلفة البناء والتجهيز وهيكل المصروفات .

سـابعا ـ مصـادر التمويل المتاحة :

— التمويل من الدولة والسـلطات العـامة .

— التمويل من القطـاع العـام .

— التمويل من القطاع الاسـتثمارى المشـترك والقطـاع الخاص .

— التمويل من البنوك الوطنية والبنوك الأجنبية وقروض التصـدير من الدول الصناعية الكبرى مثل الولايات المتحدة Exp. Import Bank وبريطانيا ECGD وفرنسا COFAS والمانيا الغربية HERMS والنمسا Control Bank .

ثم تجرى بعد ذلك دراسة المشروعات السياحية التى يراد ادخالها ضمن اطار الخطة وفقا للقواعد التى ذكرناها فى التخطيط .

□ □ □

الباب الخامس

ميكانيكية التخطيط ومراحله واتجاهاته

الفصل الأول

الأنماط المختلفة للتخطيط

بدأ تطور التخطيط منذ نهاية الحرب العالمية الثانية . وكان فى بدايته غير معقد وفى الاطار الزمنى المتوسط أى من سنتين الى خمس سنوات . ثم سرعان ما ادخلت عليه النماذج الرياضية المتفرعة عن علم الاحصاء ونظم المحاسبة المتقدمة فأصبح علما شديد التعقيد وخاصة بعد تطور نظم المعلومات وانتشار استخدام الكمبيوتر .

ومنذ بداية الستينات أصبح استخدام التخطيط شاملا لأطر زمنية مختلفة من الأمد القصير (سنة وسنتين) الى الأجل المتوسط (سنتين الى خمس سنوات) الى الأجل الطويل (من خمس سنوات الى عشر سنوات) .

ثم تطور التخطيط مرة أخرى فى السبعينات باحلال نظم المعلومات الدولية المستخدمة لنظام من النماذج الرياضية والاحصائية محل الاتجاه التقليدى المؤسس على نظم المعلومات الوطنية التى تقوم على قوانين تحكم هياكل الانتاج الوطنى التى تعتمد على جرد الموارد الوطنية ومحاولة تعبئتها للوصول الى الاستخدام الأمثل لها لبلوغ الأهداف .

وقد سمح هذا التطور الأخير فى فكرة التخطيط ووسائله بتحليل وفى ذات الوقت التنبؤ بعوامل عقلانية رشيدة مرنة لتنمية مختلف القطاعات التى تشكل الحياة الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات بما تضمنه من مختلف العلاقات التى تتولد عن النظام الحياتى المتكامل للانتاج والخدمات داخل الدولة والذى يرتبط ولا شك بسائر الأنظمة السائدة فى دول اخرى بشكل أو بآخر مختلف المدى تبعا لكل حالة على حدة .

وكنتيجة لذلك أصبح من الممكن الآن اعداد نماذج او نظم مرحلية او نظم قابلة للنقل من دولة الى اخرى وتطبيقها على الدول التى يجرى العمل التخطيطى فيها بعد تفسير هذه النماذج واعداد الأرضية اللازمة لتطبيقها على الموارد المتاحة

او الممكنة فى الدولة مع التقيد بالقيم السائدة فيها والتى يراد الحفاظ عليها والتى قد تكون مختلفة عن القيم السائدة فى مجتمع آخر .

وهذا التساند والتكامل بين أنظمة التخطيط السائدة يفتح الباب مرة اخرى لتطبيق نظم التخطيط المتكامل على القطاعات الانتاجية المختلفة داخل الدولة حتى مع اختلاف طبيعتها بشرط الاحتفاظ بتفاصيل وخصائص القطاع المراد تخطيطه واجراء بعض التعديلات على النظام التخطيطى المتبنى .

كل هذا ينتج ما يمكن أن يسمى بالاطار التخطيطى الذى يحدد نوعية الحياة فى المجتمع والتى لابد أن تختلف من دولة الى أخرى تبعاً لاختلاف مستواها الاقتصادى ونوع السياسة الاقتصادية والمذهب السياسى السائد فيها .



الفصل الثانى

التخطيط من زاوية المساحة التى يشملها

١ ـ **التخطيط المحلى** (أو التخطيط التفصيلى MICRO - SCALE) ويعنى تخطيط منطقة أو مجموعة من المشروعات السياحية والترفيهية متركزة فى منطقة معينة . ويعبر عن هذا التخطيط من الناحيــة الطبيعية بخرائط مقياس رســم ١ : ١٠٠٠ أو ١ : ٥٠٠٠ .

ويتوقف الأمر لمعرفة مدى كفاية هذا القياس على حجم موضــوع التخطيط ودرجة التركز وحجم الاستثمارات فيها . فقد يعنى التخطيط المحلى تخطيط منطقة ذات مساحة لا تقل عن ألف فدان أو أكثر اى حوالى أربعة كيلو مترات مربعة فأكثر وحينئذ يجب أن يكون مقياس الرسم أقل من ذلك ، وقد تعنى مســـاحة أصغر بكثير بحيث لا تزيد عن عشرة أفدنة يتم فيها تنمية مشروع سياحى متكامل .

ومن امثلة هذا النوع من التخطيط ما يلى :

١٩٦٨ ـ **سابورو فى اليابان** ـ ويشمل التخطيط فيها اقامة منتجع جبلى متكامل للرياضيات الشتوية بمناسبة الألعاب الأولمبية .

١٩٦٩ ـ **ايارزروك باستراليا** ـ المنتزه القومى لجبل أولجا فى الاقليم الشـــمالى لاستراليا الذى خطط لتنمية الســـياحة .

١٩٧٠ ـ **قرطاج بتونس** ـ تخطيط لموقع اثرى لاستخدامه فى السياحة الدولية .

١٩٧١ ـ **بالى باندونيسيا** ـ دراسة استثمارية لانشاء منتجع ســـياحى .

١٩٧١ ـ **بويرتو فالارتى بالمكسيك** ـ تخطيط لمنطقة ساحلية للســـياحة .

٢ ـ **التخطيط الاقليمى** ويعنى تخطيط اقليم أو موقع سياحى يغطى مساحة تتراوح بين عدة مئات وعدة آلاف الكيلومترات المربعــة ويعبر عنهــا فى التخطيط الطبيعى بخرائط بمقياس ١ : ١٠٫٠٠٠ الى ١ : ٢٠٠٫٠٠٠ تبعاً لمســـاحة المنطقة او الاقليم موضوع التخطيط .

ولا يتطلب ذلك دائما وبطريق اللزوم الحتمى عدداً من وحدات الاقامة السياحية أكثر من العدد الذى يشمله التخطيط المحلى اذ أن هذا العدد قد يتراوح بين عدة مئات الألوف من وحدات الاقامة السياحية .

وفى هذه الحالة يلعب البعد الجغرافى الطبيعى دورا بالغ الأهمية فقد يحدث أن يركز التخطيط مثلا ثلاثين ألف وحدة اقامة فى مركز تاريخى أو شاطىء البحر والذى كان موضوع تخطيط محلى ، وقد لا يشمل اقليم متسع تبلغ مساحته خمسين ألف كيلومتر مربع مثل هذا العدد من وحدات الاقامة .

والخصيصة المميزة لهذا النوع من التخطيط بوجه عام - هو انه يتعامل مع وحدة جغرافية من النواحى التنسيقية العامة والايكولوجية حتى ولو كانت هذه الوحدة الجغرافية تتبع وحدات ادارية أو سياسية أو اقتصادية متعددة .

فالاقليم هو مساحة جغرافية تجمع خصائص معينة وشخصية متميزة بالنسبة لمشكلة أو موقف ما ، وهى أكبر من المجتمع الحضرى أو السلطة الحكومية . وتركز الخطة الاقليمية على احتياجات اقليم معين عن طريق تفصيل الأهداف القومية وتنسيق العمل على المستويات الأدنى للحكومة مع ترجمة ذلك الى اشكال مساحية ووظائف انمائية مع قياس آثارهما الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والحضارية والسياسية عند تنفيذ الخطة .

ومن أمثلة هذا النوع من التخطيط ما يلى :

١٩٦٤ - **كريت باليونان** - دراسة للتنمية السياحية بالجزيرة .

١٩٦٤ - **لانجدوك روسيليون فرنسا** - مشروع تنمية سياحية لمنطقة ساحلية تمتد لمسافة ١٨٠ كيلو مترا وتغطى منطقة مساحتها حوالى الفى كيلومتر مربع .

١٩٦٨ - **الساحل الادرياتيكى (بيوغوسلافيا)** - اعداد خطة لتنمية السياحة فى السواحل الشمالية والجنوبية على البحر الادرياتيكى .

١٩٧٤ - **كوبسكو (بيرو)** - خطة لتنمية منطقة ذات أهمية تاريخية وحضارية من الوجهة السياحية ، وتشمل محافظتى كوزكو وبونو .

١٩٧٦ - **الساحل الشمالى الغربى** (مصر) .

١٩٨٠ - **ساحل البحر الأحمر** (مصر) .

٢ - **التخطيط القومى** ويشتمل فى معظم الأحوال على دراسات توجيهية على مستوى الدولة كلها ، ويعبر عنها فى التخطيط الطبيعى بخرائط مقياس رسم ١ : ١٠٠٠ر٠٠٠ الى ١ : ٢ر٠٠٠ر٠٠٠ متبعا لمساحة الدولة ذاتها .

وقد يكتفى التخطيط على المستوى القومى بتحديد وترشيد المستقبل السياحى للدولة بمختلف البدائل وعلى مدى سنوات عديدة مبينا جردا كاملا للموارد السياحية فى الدولة وتقييم هذه الموارد بالنسبة للانماط المختلفة للسياحة الدولية والسياحة الداخلية وطرق القضاء على معوقات التنمية السياحية وبدائل هذه التنمية ، وما ينتظر من تزويد مختلف اقليم ومناطق الدولة بأماكن الاقامة السياحية المختلفة ،

وما يتبع نحو تسويق المنتج السياحى للدولة فى اهم الأسواق المصدرة للسـياحة بعد تحليل الطلب من هذه الأسواق وبيان خصائصه وشرائحه المختلفة ... الخ .

ولذلك فانه يصعب ادراج هذا النوع من التخطيط القومى فى انواع التخطيط السياحى وبوجه خاص من وجهة نظر التخطيط الطبيعى .

والالتزام بالقواعد العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ومدى انطباق التخطيط الطبيعى عليها يؤدى الى تبين ان السياحة الترفية نشاطان متلازمان دائما فى مراحل وبرامج التنمية فى الدولة .

ومن أمثلة هذا النوع من التخطيط القومى :

١٩٦٥ ـ الخطة القومية لتنمية السـياحة فى باكستان .

١٩٦٦ ـ داهومى (بنين) .

١٩٦٩ ـ فنزويلا .

١٩٧٠ ـ ايرلندا والسـويد وقبرص .

١٩٧٢ ـ هايتى وسريلانكا .

١٩٧٣ ـ مدغشقر ، الكاميرون ، وبولندا ، وايران .

١٩٧٤ ـ الجمهورية العربية السـورية .

١٩٧٥ ـ العـراق .

١٩٧٦ ـ فنزويلا .

١٩٧٨ ـ جمهورية مصر العربيـة .

٤ ـ **التخطيط الدولى** وهو التخطيط الذى تشترك فيه أكثر من دولة واحدة فينصب على مساحات أرضية تدخل فى حدود عدد من الدول التى تشترك فيما بينها فى الرغبة فى وضع حلول لبعض المشاكل الاقتصادية أو الانمائية السياحية عن طريق دراسات مشتركة للتنمية . ومن أمثلة ذلك الدراسـات التخطيطية لمناطق ساحلية تدخل فى حدود دولتين متجاورتين أو أكثر (كحوض البحر الأبيض المتوسـط) أو مجتمعات تمتد عبر حدود دولتين .

ويفترض هذا النوع من التخطيط توافر المعلومات الكمية والوصفية عن كافة الموارد السياحية القائمة فى المنطقة أو المناطق موضوع التخطيط والتابعة للدول المتجاورة فضلا عن التسـهيلات المتبادلة واللازمة لتحقيق مختلف الاقتراحات والقرارات التى تتضمنها خطط التنمية العامة والتفصيلية فى كل الدول المشتركة فى هذا التخطيط وذلك لامكان توفير القدر اللازم من التجانس والتكامل بينهما الذى يصبح أساسا لوضع تخطيط دولى موحد تقوم فيه الأولويات على أسس موضوعية

مستمدة من الواقع السياحى للمنطقة الدولية ككل ولا دخل للاعتبارات الوطنيـــة لكل دولة فيها .

وأمثلة هذا التخطيط ليست بالكثيرة منها ما يلى :

١٩٦٦ ـ **منطقة بحر ايجـه** (اليونان وتركيا) ويتضمن التخطيط لهذه المنطقـــة الدولية وضع مقترحات لتنمية السـياحة فيها .

١٩٧٣ ـ **غرب افريقيا** (السنغال وموريتانيا ومالى وغينيا وساحل العاج وفولتا العليا، (اكينوفاسى) وغانا وتوجو وبنين ونيجيريا والكاميرون وزائير وافريقيا الوسطى وجابون) ويتضمن التخطيط وضع مقترحات لتنمية السياحة فى دول المنطقـــة .

١٩٧٦ ـ **حوض بحر البلطيق** (فنلنده والنرويج والدنيمارك والمانيا الاتحـادية) ويتضمن التخطيط حماية البيئة وبرنامج للتنمية السـياحية فى دول المنطقـــة .

١٩٧٧ ـ **الخطة الزرقاء** (جميع دول حوض البحر الأبيض المتوسـط) ويتضمن التخطيط مقترحات لحماية البيئة وبرنامج للتنمية السـياحية .

□ □ □

الفصل الثالث

أنواع التخطيط من حيث المضمون

تتزايد اهمية التخطيط الطبيعى فى الوقت الحاضر نظرا لازدياد الحاجة الى استغلال الاراضى والموارد الطبيعية الاخرى فى النشاطات الاقتصادية المختلفة من زراعة وصناعة واسكان وخدمات مختلفة وسياحة وغير ذلك، فى الوقت الذى يظهر فيه محدودية الاراضى الصالحة لمختلف هذه النشاطات . ويترتب على ذلك ضرورة اعتبار التخطيط الطبيعى هو الطريق المنطقى لترشيد استخدام الاراضى والموارد الطبيعية الاخرى بحيث يتداخل فى نظام قومى لاستخدامات الاراضى والموارد الطبيعية .

وقد سبقت بعض الدول الاوروبية فى ذلك المضمار منها هولنده وبلجيكا وفرنسا وايطاليا .

واول خطوة من خطوات التخطيط طويل المدى للتنمية السياحية هو اجراء جرد قومى كامل للمعطيات والاصول الطبيعية الاساسية . ومن الضرورى ان تنصب المجهودات فى مراحل متعاقبة لتحديد الطاقة الاستيعابية القصوى لهذه الأصول الطبيعية واحمالها التى يمكن التسامح فيها بيئيا . ويتطلب ذلك جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات لتكوين قاعدة واسعة من البيانات التى يتطلبها التخطيط تمهيدا لوضع المبادىء والقواعد التى تحكم مستويات استخدامات الاراضى للاغراض السياحية والترويحية .

ويجب ان تكون أهداف التخطيط السياحى متوائمة مع المحددات التى تفرضها الطاقة القصوى للبيئة الطبيعية لكى تسند الاستخدامات المخططة . وفضلا عن ذلك فانه يجب لضبط الضغوط التى تفرضها زيادة الطلب السياحى على منطقة معينة او مركز سياحى معين ان تكون شبكات المرافق الاساسية متلائمة مع الطاقة القصوى للمنشآت السياحية .

ولما كانت السياحة كصناعة تساعد على النمو الاقتصادى تؤثر ايجابيا على الامتداد العمرانى ، فان التخطيط الطبيعى ـ كنتيجة حتمية ـ يجب ان يحمل فى طياته وسائل المحافظة على المصادر الطبيعية والمناطق البكر ذات الجذب والتى أصبحت فى ذاتها هدفا اجتماعيا هاما . ولهذا فيجب الالتفات بصفة خاصة الى تأثير وسائل النقل الى المنطقة السياحية على القيمة الطبيعية للمنطقة لأن تسهيلات النقل تزيد عادة من التأثيرات البيئية للنمو السياحى فى المنطقة . ولذلك يجب ايجاد التوازن البيئى بين الربح والخسارة بالنسبة للطلب السياحى الذى يمكن استيعابه وحجم النشاط الميكانيكى المحتمل فى طرق النقل المختلفة والتى تؤثر سلبيا على البيئة الطبيعية عن طريق التلوث الذى تسببه عوادم السيارات بمختلف انواعها للهواء .

ولذلك يجب تخطيط طرق سير حركة المرور داخل المنطقة السياحية بشكل لا يؤثر على البيئة والتوازن الايكولوجي فيها . وكلما روعى ذلك في التخطيط كلما طال عمر النمو والنضوج السياحي للمنطقة بدلا من التعويل على الربح السريع قصير العمر في حالة عدم مراعاة هذه الاعتبارات .

اما التنمية العمرانية للاقليم او المنطقة ببناء مساكن ثانوية لقضاء الاجازات السنوية واجازات نهاية الاسبوع فانها يتعين مراقبتها جيدا والنظر اليها بشكل خاص من التحضير الذى ينتج نفس الاثار الاقتصادية والبيئية والاجتماعية التى ترتبها التنمية العمرانية العادية بانشاء المجتمعات السكانية ، والتى يمكن باستخدامها المساحات الارضية الواسعة ان تتسبب فى التداخل والتضحية بحق المواطنين الآخرين فى انشاء المراكز السياحية والترويحية لصالح المجتمع (١) .

وبنفس المنطق يجب الاهتمام اهتماما بالغا بالوسائل القانونية والتنظيمية التى تهدف الى ايجاد التوائم بين مختلف الحاجيات المعترف بها كأساس لتحديد استخدامات الأراضى فى مختلف الاقاليم الجغرافية من ناحية ومتطلبات السياحة والترويح من ناحية أخرى . ومن هنا يتعين تحديد الجهاز أو الأجهزة الحكومية المختصة بذلك وتوضيح حدود هذا الاختصاص .

ولا شك ان التخطيط الطبيعى الكفء وارساء مبادىء استخدامات الاراضى على المستوى القومى تظهر أهميته الواضحة كوسيلة للسماح بزيادة الحركة السياحية نتيجة التسويق السياحى المخطط دون ان يترتب على ذلك تدهور للموارد السياحية القائمة او ضرر بالمستقبل السياحى او الاقليم الذى يجرى تخطيطه .

ولأن الآثار الجانبية السلبية للسياحة اجتماعيا واقتصاديا اصبحت محل دراسات واعية (٢) فانه يجب الاعتراف بان التنمية السياحية تتطلب اتجاها شاملا موجها لتحقيق أهداف اجتماعية واقتصادية عامة قد تختلف من دولة الى اخرى بل قد تختلف من اقليم الى آخر داخل الدولة الواحدة .

الانواع المختلفة للتخطيط السياحى من ناحية المضمون : ـ

يفرق علماء وخبراء التخطيط السياحى بين ثلاثة انواع من التخطيط الطبيعى وهى : ـ

- ـ تخطيط تصورى — CONCEPTUAL PLANNING
- ـ تخطيط رائد او شامل أو رئيسى — MASTER PLANNING
- ـ تخطيط هيكلى — STRUCTURAL PLANNING

---

(١) ولعل اظهر مثال لذلك هو ما تم فى الساحل الشمالى الغربى لمصر من بيع مسافة ستين كيلو مترا بين سيدى كرير والعلمين للجمعيات التعاونية للاسكان لبناء مساكن اجازات لاعضائها .

(٢) راجع ما تقدم فى الباب الرابع من الكتاب

اولا ـ التخطيط التصورى Conceptual Planning

يعتبر بعض خبـراء التخطيط ان مرحلة جمع المعـلومات الـكاملة وتحليـل السـوق والموارد هى مرحلة تمهيـدية للتخطيط التصـورى رغم انها تمثـل جزءا لا يتجزأ منه ذلك لان تحليل السوق والموارد اذا ما قام به خبراء حقيقيون يمكن ان يضع أطارا منضبطا للتطورات المتوقعة فى حركة السياحة والدخول . فاذا كانت هذه التوقعات مشجعة بدرجة كافية ، كان من اللازم المضى لتحضير الخطة التصـورية العامة (١) .

والمقصود بالتخطيط التصورى هو وضع اطار اجمالى عام لتصـور المسـتقبل السياحى لاقليم ما او منطقة على اسـاس توفر عنـاصر جـذب معينـة فيه ووجود تسهيلات وخدمات او تصـور ما يجب ان يوجـد بالاقليم او بالمنطقة من تسـهيلات وخدمات بناء على تنبؤ بمعدل نمو معين فى حركة السياحة وفى مختلف النشاطات المكونه لصناعة السياحة مثل أماكن الاقامة بأنواعها المختلفة ووسـائل النقل وأجهزة استقبال السائحين وتنظيم رحلاتهم الداخلية ... الخ (٢) وغالبا يضع التخطيط التصورى فريق يضم نفس الأشخاص الذين يقومون بعمل المسـح السـوقى مع اخصائيين فى استخدامات الاراضى ومهندسين معماريين ، ومحور هذا التخطيط التصورى وصف تحليلى كامل ودقيق للمنطقـة السـياحية فى بداية التخطيط وتصور كامل كذلك لما ستكون عليه المنطقة السـياحية بعد اتمام الخطة باتجاهاتها المختلفة وما اذا كان يمكن تحقيق الاهداف المرسـومة مقـدما لهـذا التخطيط التصورى ام لا ؟ ويقود فريق الخبراء عادة خبير سياحى بالدرجة الاولى لانه هو الأقدر على رسم تصور متكامل للمستقبل السياحى لمنطقة ما .

وخطوات التخطيط التصورى سبعة هى :

١ ـ وصف وتحديد للاهداف والسياسات ـ مع تحديد لعناصر القوة والضعف فى المنطقة السياحية ومحددات التنمية ومناطها وعائداتها المتوقعة .

٢ ـ اختيار المواقع بناء على اعتبارات مرجحة .

٣ ـ متطلبات التنمية السياحية من التسهيلات الأساسية والتكميلية .

٤ ـ تخصيص الاراضى وتحديد استخداماتها فى وجوه التنمية المختلفة مع وضع طرق الرقابة الذاتية .

٥ ـ النظم المعمارية والتصورات التصميمية التى تتوازن مع البيئة ونوع التنمية السياحية المطلوب مع وضع حدود الكثافة البنائية والمناطق الخضراء ومناطق الترفيه والرياضة الى جانب المناطق المحددة للتجمعات السكانية والتجارية

٦ ـ الميزانيـة .

---

(١) التخطيط السياحى والتنمية تاليف شارل كايزر ولارى هيلبر طبعة ١٩٧٨ ص ٨ج .

(٢) راجـع فى نفس المعنى دكتور نبيل الروبى فى كتابه التخطيط السياحى طبعة ١٩٨٦ ص ٥٩ .

٧ ـ السياسات الحكومية والمتطلبات التشريعية والادارية لوضع التخطيط موضع التنفيذ .

ويمكن اعتبار التخطيط التصورى بمثابة خطة مرحلية اولى فى سبيل وضع الخطة الشاملة التفصيلية للاقليم او للمنطقة . وعلى ذلك فالخطة التصورية لمنطقة سياحية هى فى الواقع تقرير مرحلى Intermediate Report للخطة التفصيلية الاقليمية أو المحلية يجب مناقشته والموافقة عليه قبل التحرك نحو وضع الخطة التفصيلية . وهذه المرحلة مع انها مرحلة اولية من مراحل التخطيط الاستراتيجى القومى او الاقليمى التفصيلى الا انها مرحلة تبلغ غاية الأهمية نظرا لأنها هى التى تحدد اطار العمل التخطيطى المستقبل . وبقدر ما يكون هذا التخطيط التصورى دقيقا ومتكاملا ومؤسسا على اعتبارات فنية سياحية صحيحة بقدر ما يخرج التخطيط التفصيلى صحيحا يؤدى الى بلوغ الاهداف المرسومة مسبقا .

والتخطيط التصورى بهذه المثابة هو الذى يؤهل المسئولين لاتخاذ القرار اما بمواصلة السير نحو الخطوات التخطيطية التالية من تخطيط تفصيلى شامل سواء كان على المستوى القومى او الاقليمى يؤسس على التصور المقدم او بتغيير المسار الى وجهة اخرى قد تدعو اليها اعتبارات الاولويات السياسية والاقتصادية . ومثل هذا القرار الهام يؤكد ضرورة ان يكون التخطيط التصورى مبنيا على قاعدة كبيرة من المعلومات والاحصاءات الدقيقة حتى لا يكون مثل هذا التخطيط التصورى (الاجمالى (١)) منبت الصلة بالواقع فتخرج القرارات المؤسسة عليه خاطئة او بعيدة عن جادة الصواب .

ثانيا ـ التخطيط الرائد أو الشامل :

يختلف التخطيط الشامل عن التخطيط التصورى فى انه انتقال من الاطار الاجمالى للتنمية السياحية بما فيه من بدائل مختلفة لهذه التنمية فى صورتها المبدئية ، الى اطار تفصيلى يضم الاجزاء التى تم اعتمادها من التخطيط التصورى والمضى فى تعميقها بشكل يظهر مضامينها التفصيلية نتيجة دراسات محيطة بالجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسوقية والطبيعية والنفسية وغير ذلك (٢)

ويعنى ذلك ان المخططين يتعدون مرحلة اظهار بدائل التنمية الى اختيار بديل او اكثر تم الاتفاق عليها . ويمثل التنسيق والتداخل بين البدائل المختلفة والنماذج المتباينة مع تفصيل التصميم وبرمجة العمل التنفيذى للخطة بوضع اجابات عن الاسئلة المتعلقة بتحديد الاشخاص المسئولين وادوارهم ، ومتى يتم تنفيذ كل دور ، وكيف يتم ذلك ، وما هى الميزانية المحددة لكل جزء من اجزاء

---

(١) هناك فرق بين التخطيط التصورى (ويمكن اعتباره تخطيطا اجماليا) وبين التخطيط التفصيلى الشامل سواء كان على المستوى القومى أو الاقليمى أو المحلى

(٢) قارن شارل ولارى هيلبر ، المرجع السابق ص ٩٩ ومؤلفنا Managerial Aspects of Tourism طبع ايطاليا سنة ١٩٧٥ ص ٣٤٤ فى ود. نبيل الروبى المرجع السابق ص ٨١ .

تنفيذ الخطة ... الخ فضلا عن تحديد الاسواق المختارة بناء على معايير موضوعية لترتيب هذه الأسواق ترتيبا يتبع تقسيمتها الاقتصـادية والاجتماعية والثقافية والسلوكية مع تحليل كافة المعطيات والخصائص الطبيعية وغير الطبيعيـة للاقليم او الاقاليم التى يجرى تخطيطها ، يمثل كل ذلك جوهر الخطة الشاملة .

وبذلك يكون التخطيط الشامل مستوى اعلى بكثير من المستوى التخطيطى التصـورى لانه تفصـيل لمجمله ومشى الى آفاق ابعـد بكثير من آفاق التخطيط التصورى بل هو فى الواقع وصول الى نهاية الطريق . وبذلك يمكن ان تضم الخطة الشاملة الاجزاء التالية : ـ

١ ـ مسح شامل للخصائص الطبيعية وغير الطبيعية للاقليم .

٢ ـ ابراز عناصر الجذب السياحى فى هذه الخصائص وتصنيفها بحسب نقاط قوتها وضعفها وفق معايير موضوعية موضوعة سلفا .

٣ ـ اعداد دراسة وافية عن الاسواق السياحية المختلفة وترتيبها فى اولويات مع اظهار انواع المجهودات التسـويقية التى تنـاسب كل سـوق منها ، وبتحديد نوعيات الزائرين او السائحين ومستوياتهم المادية والسلوكية .

٤ ـ تحديد المناطق والمساحات الارضية الصالحة للاستخدامات السـياحية ZONING سواء منها الصالحة للاستخدام السياحى حاليـا ـ مع تحديد نوع الاستخدام ـ او التى تصلح للاستخدام السياحى فى المستقبل بنـاء على توخى اعتبارات معينة .

٥ ـ دراسة التشريعات والانظمة الحكومية والقواعد السارية المفعول المؤثرة فى التنمية .

٦ ـ تحديد مدى كفاية أو عدم كفاية شبكات البنية الاساسية التى تشمل الطرق ومياه الشرب والطاقة والصرف الصحى والاتصالات السلكية واللاسلكية وغير ذلك ، والمشروعات المستقبلة لهذه الشبكات .

٧ ـ اختيـار اماكن التسـهيلات السياحية بأحجـامها وحـدودها وتكاليفهـا الاستثمارية (١) .

٨ ـ اعداد نماذج التصميمات الهندسـية المختلفة للمشروعات التي يتضمنها برنامج التنمية السياحية وفقا لمخطط عام يهدف الى حماية البيئة الطبيعية المحيطة ويبرز التراث الحضارى العام للمنطقة ويحافظ عليه .

٩ ـ وضع قواعد حاكمة للتسويات الأرضية ان كان لها محل ، والتنسيق الخارجى للمنطقة موضوع التخطيط لابراز الطابع الجمالى لها .

١٠ ـ اعداد جداول وتوقيتات زمنية للتنمية بمكوناتها المختلفة سواء كان التصور أن تتم دفعة واحدة أو على مراحل زمنية متتابعة متداخلة أو منفصلة .

---

(١) دكتور نبيل الروبى المرجع السابق ص ٨٣

١١ ـ وضع جداول التحليل المالى والاقتصادى للاستثمارات اللازمة لتنفيذ المشروعات التى تتضمنها الخطة مع تحديد طرق التمويل .

١٢ ـ وضع تقنين متكامل لقواعد الاستثمار والتنمية .

١٣ ـ تقدير حجم العمالة اللازمة وتحديد تخصصاتها ومستوياتها ووضع برنامج متكامل لاعداد العاملين اللازمين من كل تخصص ومستوى تنفيذى وفنى عن طريق التعليم والتدريب بأنواعه المختلفة .

١٤ ـ وضع التنظيم اللازم للمركز أو المراكز السياحية المنشأة بالتخطيط الشامل مع البدائل المختلفة لطرق التشغيل والادارة .

ثالثا ـ التخطيط الهيكلى STRUCTURAL

ويقصد بالتخطيط الهيكلى فى مجال السياحة توضيح الهياكل القائمة فى الاقليم أو الاقاليم موضوع التخطيط من مشروعات بنية أساسية ومعطيات طبيعية وحضارية تحدد مناط الاستخدام الحالى للارض بما فى ذلك الملكيات والحدود والقواعد والاشتراطات والمعايير التى توجه التصميمات الحضرية والتصميمات التنفيذية وتحديد محاور الحركة ثم محاولة ادخال تغييرات جذرية تعمل على اقامة هيكل اقتصادى واجتماعى جديد يعتمد على السياحة كمحور أساسى للتنمية . وليس معنى ذلك ان تكون السياحة هى المحور الوحيد للتنمية لاننا لسنا من المؤيدين لانشاء جيوب سياحية منفصلة عن المجتمع ، ولكن ان تكون السياحة محورا من المحاور الأساسية للتنمية تتفاعل مع غيرها من محاور تنمية مثل الزراعة والصناعة مع ضرورة تحديد مجالات مكانية وزمنية لكل من هذه المحاور .

والأصل ان يختلف التخطيط الهيكلى عن التخطيط الوظيفى FUNCTIONAL PLANNING فى ان هذا الأخير لا يأخذ بالتغيرات الجذرية وانما يقوم على التطور البطىء فى الوظائف الاقتصادية والاجتماعية القائمة . ولكننا نرى أن هذه التفرقة تفقد أساسها فى مجال التنمية السياحية لانه ليس من السلامة فى شىء أن تحدث تنمية سياحية فى اقليم ما بغتة وبطريقة ثورية منطوية على تغيرات جذرية فى الهياكل الاقتصادية والاجتماعية داخل الاقليم والا أدى ذلك الى تدهور كامل لهذه الهياكل . ولذلك فاننا نرى أن يؤخذ التخطيط الهيكلى بمفهوم تدريجى يقربه من التخطيط الوظيفى .

ومن الامثلة الحية للتخطيط الهيكلى ما تم للساحل الشمالى الغربى من الكيلومتر ٣٤ الى الكيلومتر ١٠٠ غرب الاسكندرية . وقد كانت اهداف هذا التخطيط الهيكلى (بنود مراجعته) الذى دعت الى وضعه وزارة التعمير ما يلى :

ـــ وضع توصيات وبدائل مختلفة تتناسب مع الظروف الحالية مع مراعاة الحفاظ على الأراضى الزراعية وعلى الظروف الطبيعية والبيئية والاحتفاظ بشخصية المنطقة .

- ربط دراسة تنمية المنطقة المذكورة بالمنطقة الارحب التى تتعـدى خط السـكة الحديد لتصبح بعمق حوالى ١٠ كيلو مترات .
- تحليل المؤشرات الاجتماعية والاقتصادية والسـكانية والطبيعية مع مراعاة النتائج التى تم التوصل إليها بالنسبة لتسكين الجمعيات التعاونية .
- تحديد توقعات التحركات السكانية والسياحية وحركة العمالة المطلوبة وحركة رأس المال الواجب توافره على امتداد فترة التنمية .
- مراجعة دراسات محاور الحركة الرئيسية وتطوير وتحسين هذه المحاور .
- تكامل مخططات المرافق والخدمات العامة ومناسبتها لمراحل النمو المختلفة .
- تقديم التوصيات بالتدابير المؤقتة لتنمية السياحة الفورية بجانب خطط التنمية الطـويلة .
- على أن يتم تجميع نتائج المعلومات المستحدثة على جداول ورسـومات بدائية وخرائط بمقياس مناسب .

□ □ □

الفصل الرابع

مرحلية التخطيط واتجاهاته المختلفة

تمر عملية التخطيط بمراحل تتميز كل منهما عن الأخرى ، وهذه المراحل هى:

١ ــ مرحلة التخطيط العام MACROPHASE

وهذه المرحلة تتضمن أكثر وسائل التنمية ملاءمة طبقا للمعايير الاقتصادية الرئيسية الشاملة دون تقسيم الدولة او المنطقة المطلوب تخطيطها سياحيا الى تقسيمات جغرافية أو قطاعية نوعية . ويكون الأساس فى هذه المرحلة عندئذ هو استخدام المؤشرات والاحصاءات العامة المتعلقة بالناتج القومى الاجمالى والموارد الطبيعية والإمكانات السياحية ومدى التوسع فى الانتاج عن طريق زيادة رأس المال المستثمر وناتج الانتاجية فيما يتصل بالقيمة المضافة (عمالة ــ اهلاك ــ الخ) وكذلك مدى الزيادة السكانية .

٢ ــ مرحلة التخطيط الانتقالى TRANSITIONAL

وتدعو هذه المرحلة الى تقسيم الدولة الى اقاليم والى قطاعات نوعية (السياحية ــ الصناعية ــ الزراعية ... الخ) .

ويجب ان يبنى التقسيم الى اقاليم على الخصائص الاقتصادية والادارية أكثر من بنائها على المعلومات الجغرافية والثقافية . وتدخل العوامل الطبيعية وتسهيلات المواصلات وطرق النقل المتاحة ومشروعات البنية التحتية والمرافق الأساسية العامة ضمن العناصر التى يجب دراستها فى هذه المرحلة .

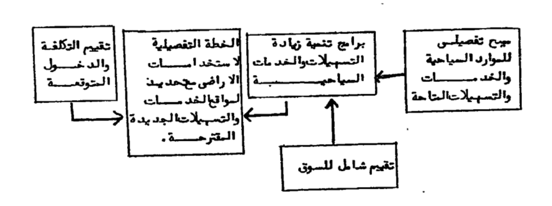
٣ ــ مرحلة التخطيط التفصيلى MICROPHASE

وهى تتكون من دراسة تفصيلية للقطاعات والاقاليم المختلفة على مستوى المشروعات التى تجرى دراسة تنميتها داخل كل منطقة أو قطاع .

الاتجاهات التقليدية فى التخطيط السياحى :

أولا ـ الاتجـاه الطبيعى THE PASOLP APPROACH:

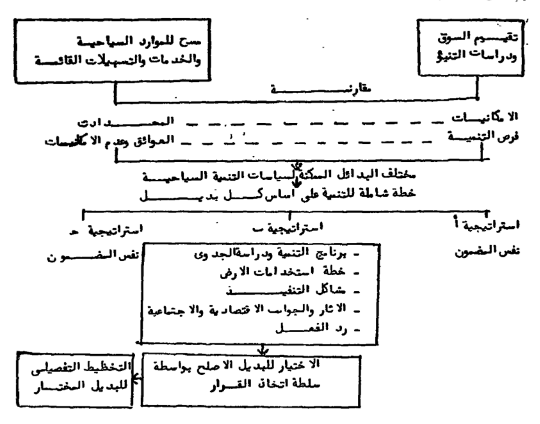
وهذا الاتجاه الطبيعى يؤسس على دراسات المسح والتقييم للموارد الطبيعية . ولم تكن المعلومات المتعلقة بالسوق السياحى كافية غالبا فى مثل هـذه الدراسات ، وكانت الأرقام والاحصاءات الخاصة بالطلب الكلى للدول المصدرة للسياحة تشـير الى نمو الحركة السـياحية بنسب عالية واستتبع ذلك فى الغالب تنبؤات متفائلة عن نمو الطلب السياحى المستقبل . وكان ذلك يقتضى فى معظم الدراسات التخطيطية المؤسسة على هذا الاتجاه ان يفترض انه مع التخطيط العامى السـليم والكافى منح الحوافز للتنمية السياحية ، فأن الدولة التى تجرى بشأنها الدراسة التخطيطية تستطيع زيادة نصيبها من السـوق السياحى الدولى بصورة كبيرة خلال مدة عشر سنوات مثـلا .



ثانيا ـ اتجاه السياسيات الاقتصادية :

وقد ظهر فى الستينات هذا الاتجاه الاقتصادى تحت تأثير مزيد من الدراسات التفصيلية لاستخدامات الأراضى وطرق التخطيط المستحدثة فيها مع زيادة الوعى بأهمية تأثير العوامل الاجتماعية والاقتصادية فى التنمية السياحية . ويتضمن هذا الاتجاه تطويرا للاتجاه السابق لكى يشتمل على مزيد من الدراسات السوقية ودراسات التنبؤ بمستقبل الحركة السياحية الى الدولة المعنية بهذه الدراسات .

ويوضح الرسم التالى هيكل هذا الاتجاه : ـ



ثالثا ـ الاتجاه الحديث للتحليل المتتابع فى تخطيط النشاطات السياحية والترفيهية :

(Products' Analysis, Sequence for Outdoor Leisure Planning)
THE PHYSICAL APPROACH

وهذا الاتجاه الحديث فى التخطيط السياحى الذى ظهر منذ حوالى خمس عشرة سنة تقنين للتطورات الحديثة فى طرق واتجاهات التخطيط السياحى بحيث يشمل كافة جوانب البحث والتحليل للعرض والطلب للوصول الى التماثل والالتقاء بينهما لتحقيق أكثر أهداف التنمية السياحية ملاءمة للبيئة موضوع التخطيط . والسبب فى ملاءمة هذا الاتجاه للتخطيط السياحى الحديث يرجع الى سببين رئيسيين : ـ

الأول ـ ان هذا الاتجاه يبرز الموارد السياحية الطبيعية والحضارية والثقافية وغير ذلك فى صورة اكثر جذبا وملاءمة للطلب السياحى المتطور فى الأسواق السياحية الرئيسية فضلا عن انه اتجاه يضع المنافسة موضع الاعتبار فى الدراسة التخطيطية ولا يهمل أى جانب من الجوانب المختلفة التى تترتب على التفاعل بين السوق والمنتج

الثانى ـ انه يحقق اعلى مستوى من التعاون لتنفيذ التخطيط عن طريق التعاون بين كل أطراف عملية التخطيط للتنمية السياحية مثل السلطات العامة وشركات السياحة والفنادق والناقلين والمرشدين والبنوك وجهات التنمية داخل الدولة المعنية وخارجها .

المراحل : ينقسم هذا الاتجاه التخطيطى الى مراحل هى :

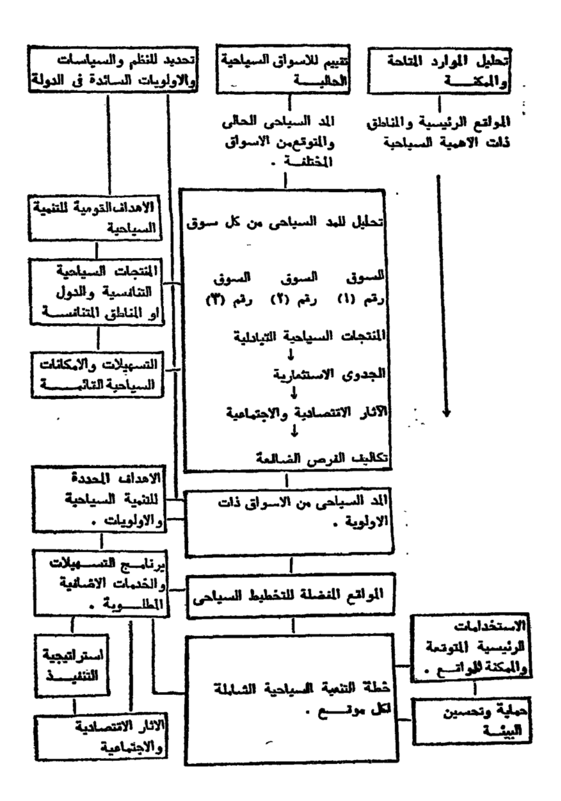
(أ) دراسات المسح والتحليل .

(ب) السياسات السياحية والمد السياحى من الأسواق ذات الاولوية .

(جـ) خطة استخدامات الأرض ومدى أمان تنفيذها فنيا وبشريا وماليا .

(د) الآثار المترتبة على التنفيذ .

الرسم البيانى للاتجاه التخطيطى « باسولب » .



تحليل الموارد المتاحة والممكنـــة
تقييم للاسواق السياحية الحاليـــة
تحديد للنظم والسياسات والاولويات السائدة فى الدولة
المواقع الرئيسية والمناطق ذات الاهمية السياحية
المد السياحى الحالى والمتوقع من الاسواق المختلفـة .
الاهداف القومية للتنمية السياحية
تحليل للمد السياحى من كل سوق
السوق رقم (١)
السوق رقم (٢)
السوق رقم (٣)
المنتجات السياحية التبادلية
الجدوى الاستثمارية
الآثار الاقتصادية والاجتماعية
تكاليف الفرص الضائعة
المنتجات السياحية التنافسية والدول او المناطق المتنافســة
التسهيلات والامكانات السياحية القائمـــة
الاهداف المحددة للتنمية السياحية والاولويات .
المد السياحى من الاسواق ذات الاولوية .
برنامج التسهيلات والخدمات الاضافية المطلـوبة .
المواقع المفضلة للتخطيط السياحى
الاستخدامات الرئيسية المتوقعة والممكنة للمواقـع .
استراتيجية التنفيـذ
خطة التنمية السياحية الشاملة لكل موقـع .
حماية وتحسين البيئـة
الآثار الاقتصادية والاجتماعية

القسم الثاني

□ فنية التخطيط السياحى

مقـــــدمة

تتركز عملية التخطيط السياحى ، مثله فى ذلك مثل التخطيط الاقتصادى والاجتماعى بوجه عام (١) فى خطوات سبع هى :

١ ــ تحديد معالم المشكلة أو الموضوع الذى يجرى التخطيط له ودراسته دراسة واعية تحيط بكل جوانبه عن طريق وسائل البحث العلمية .

٢ ــ تجميع المعلومات والبيانات والاحصاءات التى تتعلق بالمشكلة من كافة جوانبها ثم تحليل البيانات المجمعة وتصنيفها وتقييمها واعدادها للاستخدام عن طريق اجراء البحوث العلمية المناسبة .

٣ ــ رسم الأهداف العامة المنشودة ومقارنتها بالوضع القائم لتحديد الثغرة الفاصلة بين الجانبين ، وبيان ماذا كانت الموارد المتاحة او الممكنة تستطيع تغطية هذه الثغرة أم لا .

٤ ــ وضع الاهداف المحددة التى تتضمن بذاتها معدلات الأداء وقياس مدى التقدم فى النشاط المخطط .

٥ ــ تحديد الحلول التبادلية التى توصل الى تحقيق الاهداف المحددة ، لأن تحقيق الهدف الواحد يمكن ان يكون له أكثر من طريق . والمهم هنا تفصيل طرق تحقيق الاهداف بما لكل منها من مزايا وما عليه من مآخذ وبخاصة من ناحية الموارد المتاحة أو الممكنة والموارد غير الممكنة ، ثم وزن الاعتبارات المختلفة والتغيرات المتعلقة بكل حل تبادلى .

٦ ــ اتخاذ القرار أى الوصول الى تحديد الحل الذى يتبع بناء على عدة اعتبارات ترجيحية وهذه الخطوة هى جوهر الخطة .

٧ ــ متابعة تنفيذ الخطة ورقابة الاداء وتقتضى اتخاذ اجراءات تصحيحية عند تنكب التنفيذ لطريق الخطة سواء أكانت الأسباب داخلية يمكن السيطرة عليها أو خارجية يصعب التحكم فيها أو بسبب خطأ فى الخطة ذاتها .

ولا يعنى ما تقدم ضرورة ظهور الخطوات التخطيطية بوضوح فى كل خطة سياحية أيا كان نوعها ومستواها اى سواء أكانت خطة قومية شاملة أم خطة استراتيجيه اقليمية أم خطة محلية وسواء اكانت خطة رائدة Master Plan أم خطة نوعية قطاعية Sectoral أم خطة لاستخدامات الاراضى فقط

---

(١) راجع فى ذلك الفصل الثالث من الباب الثالث من هذا الكتاب وعنوانه « مضمون التخطيط بوجه عام » وراجع ما جاء بكتاب التخطيط السياحى للدكتور نبيل الروبى طبعة ١٩٨٧ ص ٨٥ وما بعدها وراجع الفصل الثانى من كتابنا Studies in Tourism Planning طبعة ١٩٧٩ .

Land.Use Plan ، ولكن يكفى ان تكون الخطة موضـوعة بصورة يفهم منهـا بسهولة ان هذه الخطوات قد اتبعت . وفى الغالب تتكـون التنمية السـياحية ــ حسب نوعها ومستواها ــ من أكثر من جزء يتضح منها سلوك المخططين والخطوات التى مـروا بها .

وسـنحرص فى الباب الأول من هذا القسـم على ايراد بعض تفاصـيل هذه الخطوات التخطيطية حتى يتسع نطاق مفهومها وتظهر أهمية كل منها بجلاء .

ويهمنا ان ننبه القارىء الى ان هذا القسم الثانى من الكتاب سيعنى كذلك بالتعرض لتفاصيل اتجاه التخطيط الطبيعى للتنمية السـياحية على المسـتوى الاستراتيجى سواء اكان تخطيطا قوميـا (١) او اقليميا (٢) أو محليـا . وبذلك لن نتعرض هنا للتخطيط على مستوى المشروع كتخطيط فنـدق سـياحى أو قرية اجـازات ، ولا التخطيط لبرنامج مشروعات اللهم الا اذا كان هـذا البرنامج يضـم تخطيطا لمركز سياحى متكامل مما يطلق عليه تخطيط المنتجعات السياحية المتكاملة Integrated Tourist Resorts ومعنى ذلك ان الاهتمام فى هذا القسم الثانى من الكتاب سيوجه للسياسـات التخطيطية واسـتراتيجيات التنمية من جانب الحكومة بأجهزتها المختلفة وقطاع الاعمال العام والخاص .

أما اهداف هذه السياسات فهى تتركز بوجه عام فى ثلاث : ــ

١ ــ منع أو تقليل أو تصـحيح المشـكلات الناجمة من اسـتخدامات الاراضى والوصول الى اقصى درجات الاشـباع لرغبـات المواطنين والسـائحين وهم مستخدمو الموارد والتسهيلات السـياحية .

٢ ــ ضمان عوائد كافية للمستثمرين .

٣ ــ حماية البيئـة .

فاختيار المواقع لاقامة المشروعات السـياحية يتم ضمن اطار تخطيطى له قواعده . وكثيرا ما نجد أن هذا الاختيار يتم دون اعتبار لحجم وقيمة ومسـتقبل عناصر الجذب السياحية القريبـة أو المتاخمة التى سـتتطلب هذه الخـدمات والتسهيلات السياحية ، وفى مثل هذه الحالات يحـدث تدهور سريع لقيمـة المركز السـياحى .

وتتعرض ابواب اخرى من هذا القسم لتفصيل استراتيجيات يحكمها فكرتان رئيسيتان هما : ــ

---

(١) راجع الخطة القـومية للسياحة فى مصر التى وضعها بيت الخبرة الالمانى شتايجنبر سـنة ١٩٧٨ وكان المؤلف هو مستشار تلك الخطة .

(٢) امثلة هـذا النوع من التخطيط فى مصر الخطة الاقليمية للساحل الشمالى الغـربى التى وضعها خبراء شركة ايلاكو الهولندية بالاشتراك مع دكتور مهندس / حسن اسماعيل وزملاء آخرين.

الأولى فكرة التخطيط المستمر Continuing Planning

لأن التخطيط السياحي ليس حدثا منفردا يحدث مرة وينتهي بل هو حلقات متلاحقة من التخطيط المتعدد الجوانب والمستويات يجب تحديثه بصورة مستمرة لأن المتغيرات الحادثة من اقتصادية واجتماعية ونفسية وبيئية وغير ذلك يمكن ان تجعل التخطيط الموضوع متخلفا عن الواقع بمجـــرد مرور مدة زمنية معينة عليه تختلف من خطة الى أخرى هي بوجه عام ستة شهور الى ســنتين . ويتوقف نجاح هذا التخطيط المستمر على التعاون الفعال بين الأجهزة الرســمية وعناصر القطــاع العام وقطاع الاعمال الخاص وجميع الجهات التى لها دخل فى اصدار القرار .

الثانية فكرة التخطيط الاستراتيجي الاقليمي Strategic Planning

التى كثيرا ما نحتاج اليها لتكون بمثابة اطار ارشادى وتوجيهي تدخل ضمنه خطة التنمية السياحية الاقليمية وخطط التنميــة المحلية وحتى خطط مشروعات التنمية السياحية الفردية والمتكاملة .

ومادام كل من التخطيط المستمر والتخطيط الاستراتيجي يســـعى لتحقيق اهداف متماثلة فان من الضرورى أن يكون القائمون على وضــع البرامج التنفيذية للخطط الســـياحية متفهمين جيــدا هــذه الأهــداف وان يعملوا جاهدين على تحقيقهــا .

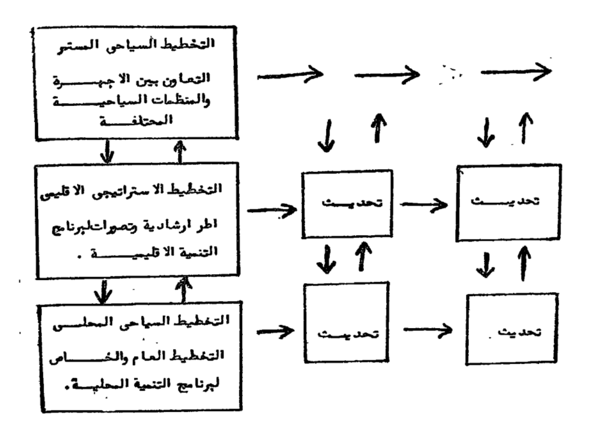
لمن يكـــون التخطيط الســـياحى

قررت اللجنة الاقتصادية الاوروبية للامم المتحدة عام ١٩٧٥ « ان نمو صناعة السياحة لا يمكن أن يترك لشأنه ليتبع قوى الســوق وحدها » (١) . ولذلك يتعين القيام بالتخطيط العلمى للتنمية السياحية لكى يتم التنسيق وتحقيق التواؤم بين مختلف القطاعات ، وايجاد التوازن بين المطالب المتنافسة والمتعارضــة احيانا على قاعدة الموارد المحدودة ، وتعظيم النتائج والآثار الايجابية للتنمية السياحية وتخفيف النتائج والآثار السلبية . ولاشك ان التدابير الوقائية والتوجيهية تكون اقل تكلفة من التدابير التصحيحية على الأقل فى الامد الطويل . ويؤخذ دائما صالح المجتمــع فى الاجل الطويل فى الاعتبار .

واذا كان الامر غير مختلف عليه بالنسبة لضرورة التخطيط السياحى فى عصر تعقدت فيه الحياة وتشابكت المصالح واســتعرت المنافسة وصــار تحرير المواطن اقتصاديا واجتماعيا وبيئيا ونفســيا وسياســيا هو الاســاس الحقيقى لشرعيــة السلطة ، فان التخطيط الســـــياحى يجب أن يكون معلوم التوجهات ، أى يتعين معرفة لمن يكون التخطيط السياحى .

---

(١) راجع اعمال مؤتمر التخطيط والتنمية فى صناعة السياحة المنعقــد فى مــدينة ديبروفنيك بيوغوسلافيا فى المدة ١٣ – ١٨ أكتوبر ١٩٧٥ ص٨ .



— هل يوجه اساسا للمواطن اى للسياحة الداخلية والسياسة الترويحية للشعب ؟ .

— أو هل يوجه للسائح الأجنبى بصفة رئيسية ؟

— أو هل يكون التخطيط الناجح موجها للنوعين من النشاط السياحى أى السياحة الداخلية والسياحة الدولية ؟

تكمن الاجابة على هذه الاسئلة فى التعرف على الاسباب الحقيقية التى تدعو الدولة الى الاهتمام بالتنمية السياحية . يقضى الواقع بأن الأسباب اقتصادية فى المقام الأول .

وهنا يجب التساؤل عن ماهية الأولوية المعقودة للجوانب الاقتصادية المختلفة التالية ، — وفى الغالب ستكون الأولوية على الوجه الآتى :—

— جذب النقد الاجنبى الذى تحتاج اليه الدولة لجبر العجز فى ميزان مدفوعاتها ؟

— توسيع قاعدة العمالة الوطنية وخلق فرص عمل جديدة ؟

— تنشيط الدورة الاقتصادية القومية ؟

— تشجيع تنمية المناطق البعيدة عن المراكز العمرانية الكبرى مثل القاهرة والاسكندرية وطنطا واسيوط ؟

— تحقيق العدالة التوزيعية فى الدخل القومى بين المناطق السياحية المختلفة فى مصر ؟

— نشوء صناعات جديدة كثيرة تقوم على التنمية السياحية أكثر من غيرها مثل صناعات المغاسل وتجهيزات المطابخ وصناعات السجاد والموكيت وصناعات الاخشاب والصناعات الغذائية وغير ذلك .

وقد تكون هناك أسباب أخرى اجتماعية وحضارية واعلامية وسياسية ولكن الاسباب الاقتصادية هى الغالبة .

والحقيقة ان الاجابة على التساؤل الأول لمن يكون التخطيط السياحى يجب ان يكون للمواطن المصرى انتهاء لأن المواطن المصرى هو وحده صاحب الحق فى الاستفادة من النتائج المترتبة على تخطيط التنمية السياحية والتى يمكن تلخيصها فيما يلى : —

١ — تحقيق الرضاء النفسى لمستخدمى ومستهلكى الخدمات السياحية واشباع رغباتهم .

٢ — اثابة المستثمرين والمالكين .

٣ — حماية البيئة والموارد السياحية الطبيعية والحضارية .

والسؤال الذى يطرح نفسه على الواقع الآن هو تحديد من هم مستخدمو ومستهلكو الخدمات السياحية ؟ وهنا تختلف الاجابة عما سبق ان ذكرناه .

فقد يكون المقصود بالخدمات والتسهيلات السياحية السائحين المواطنين ، وقد يكون المقصود بالخدمات والتسهيلات السياحية السائحين الدوليين اى الاجانب .

والسبب فى ضرورة التحديد هنا اختلاف مدى هذه الخدمات والتسهيلات واشكالها ومستوياتها واسعارها باختلاف نوعى العملاء ، فما يشبع رغبات المواطن

المصرى قد لا يشبع رغبات السائح الأجنبى والعكس صحيح (١) . بل ان هذه الخدمات والتسهيلات تختلف عادة تبعا لاختلاف نوعية السائح الاجنبى وجنسيته ... الخ . ولذلك يجب ان تتم التنمية الاجتماعية فى اطار تسويقى شامل .

وهنا تبقى قضية هامة هى تحديد نوعية السائح المحتمل وهل هو السائح محدود الدخل من المستوى الادنى أو هو السائح فوق المتوسط أو السائح من ذوى الدخل المرتفع او السائح صاحب الملايين .

ان كان الاهتمام بتنمية السياحة فى مصر مقصودا به تحقيق عائدات اقتصادية عالية اجمالية وصافية ومضافة ، فان معنى ذلك ضرورة الاهتمام بجذب السائحين من المستوى فوق المتوسط ومن ذوى الدخول العالية اساسا دون السائحين من المستويات الدنيا والدخول المحدودة حتى لا تزيد من تفاقم مشاكلنا الحالية مثل الامن الغذائى وازدحام المدن وحركة المرور فيها وغير ذلك .

وينعكس تحديد هذا الهدف على نوعية التنمية السياحية المتوخاه اجمالا ولا شك .

ففى رأينا أن التنمية السياحية فى مصر يجب أن تخطط بشكل يسمح باشباع رغبات السائحين الدوليين والسائحين المصريين فى تلازم وتساند دون تعارض وسواء تم ذلك عن طريق الاشتراك أحيانا – كما يحدث فى دول كثيرة – أو عن طريق الفصل بينهما أحيانا أخرى لتجنب تحقق بعض النتائج الاجتماعية الضارة ، فان ذلك لا يكون على أساس التطبيق بالنسبة لبعض المشروعات دون البعض الآخر .

أما بالنسبة لنوعية السائح الذى نريده فيجب ان تتوجه سياستنا السياحية – على نحو ما سيأتى بالباب الثامن – الى اجتذاب السائحين أساساً من المستوى العالى عن طريق استراتيجيات تسويقية موجهة لهؤلاء عن طريق

---

(١) يعتبر مشروع المدينة السياحية « مراقيا » مناسبا للسياحة الداخلية ولكنه ليس كذلك للسياحة الدولية لا تخطيطاً ولا تصميما ولا خدمات ولا تسهيلات .

ونرجو ان يكون مشروع مارينا العلمين الذى وضع تخطيطه اصلا لكى يتناسب مع نوعى السياحة أن يتم تنفيذه على مستوى عال يسمح بذلك .

منظمى الرحلات الشاملة المتخصصين فى السياحة عالية المستوى وشركات السياحة ، ومباشرة حيث يقيمون وحيث يعملون ، لأن ذلك يسمح بتركيز خدماتنا لاشباع رغبات هؤلاء بصفة اساسية وتفادى كثير من الآثار السلبية الاقتصادية والاجتماعية التى قد تترتب على السياحة . ويتفق هذا مع الخطة القومية للسياحة التى وضعها الخبراء الالمان حين رفعوا شعار « منتج سياحى متميز لاسواق سياحية متميزة » على نحو ما سنرى فى الباب الثانى والعشرين من الكتاب .

□ □ □

الباب السادس

تطور السياحة فى العالم المعاصر وفى مصر

ان السياحة كظاهرة انتقال بشرية وقتية قديمة قـــدم التاريخ غير أنها عبر القرون والسنوات تغيرت اشكالها وانماطها وأسبابها بشكل ادى الى ظهور السياحة المنظمة الحديثة منذ منتصف القرن التاســع عشر على يد رواد اوائل مثل توماس كوك فى بريطانيا ووبل فارجو فى الولايات المتحدة الامريكية . وكانت فى ذلك الوقت ظاهرة تتميز بقلة عدد السائحين وطول مدة الرحلة وكثرة انفاق الفرد مما جعلهــا تتميز بالارستقراطية ويشار اليها على أنها سياحة الطبقة الفنية المتميزة . **وهذا هو البعد الأول للسياحة الحديثة .**

ثم قامت الحرب العالمية الاولى التى ساهمت فى تغيير شـــكل العالم بتغيير كيانات الدول وانحسار الثروة عن بعضــها كأسـبانيا والبرتغال ودخول البعض الآخر مراحل الرفاهية الشعبية وارتفاع مستوى جودة الحياة وقيمتها كالولايات المتحدة الامريكية وكندا واستراليا .

ثم حدث ان قامت الحرب العالمية الثانية التى أدت الى دمار القارة الاوروبية والتى اعيد بناؤها نتيجة مشروع مارشال الامريكى ، وفى نهاية هذه الحرب واعادة بناء أوربا بدأت السياحة عصرا جديدا هو عصر السياحة الجماعيـة المنظمة ذات التكلفة المقبولة لدى طبقات الشعب المختلفـة فدخلت السـياحة عصرا ثانيا هو **عصر السياحة الاجتماعية** التى استمرت خلال الخمسينيات والسـتينيات والتى تميزت ايضا بدخول دول ومناطق جديدة مجال المنافســة فى اجتــذاب الاعــداد المتزايدة من سائحى الدول المتقــدمة لما تبين من ان للســياحة فوائد اقتصــادية واجتماعية وحضارية واعلامية وسياسية مختلفة . **وهذا هو البعد الثانى للسياحة الدوليــــة .**

ونتيجة للتطور الحادث فى هذه الظاهرة الاجتماعية الهامة على مستوى العالم وبلوغها آفاقا ضخمة كميا وكيفيا ، أصبحت السياحة محور اهتمام كثير من الدول كقطاع انتــاجى ذى اولوية وتطورت العلوم الســياحية تطورا كبيرا بدخول جميع المستحدثات من البحوث العلمية والتكنولوجية الى مجال التطبيق الســـياحى

سواء على مستوى الادارة أو التخطيط للتنمية السياحية او التنظيم السياحى او التسويق السياحى او التسهيلات السياحية او غير ذلك . وزاد الاهتمام بتطوير السياحة وتنميتها كقطاع انتاجى وخدمى فى ذات الوقت الى حد ان اختلطت السياحة بمجالات جديدة لم تكن تختلط بها من قبل مثل العمل على رفع مستوى البيئة والمحافظة عليها ، وزيادة الوعى بالمخميات الطبيعية والمنتزهات القومية ، وتطوير نشاطات الترويح وارتباط السياحة بها فى المجال التخطيطى ، واصبحت السياحة تعبيراً عن الرغبة فى رفع مستوى الصحة النفسية للشعب والقضاء على التلوث البيئى ، وأصبح للسياحة أبعاد صحية وترويحية وعمرانية وجمالية Esthetic تجب مراعاتها فى التنمية السياحية والا فشلت هذه التنمية فشلا ذريعا .

ولم تعد السياحة مجالا لتجارب الخطأ والصواب من الهواة بل هى مجال لعمل العلماء المحترفين والمتخصصين الجادين ذوى الخبرة الطويلة ، وذلك بسبب صيرورتها مجالا للتطبيق العلمى المتقدم مثل علوم الاقتصاد الرياضى واقتصاد المساحات وتحليل التكلفة والمنفعة واقتصاد الاقاليم ونظريات الاحتمالات والمنفعة والالعاب وجداول المدخلات والمخرجات وعلم النفس القياسى Psycho metrics وعلم الاجتماع القياسى Socio metrics .... الخ .

واصبحت السبعينات والثمانينات عصر سياحة التنوع Diversification : **وهذا هو بعدها الثالث** بما تنطوى عليه من اشتراك مئات الملايين وارتفاع مستوى السائحين وتعدد مستوياتهم واختلاف دوافعهم وسلوكياتهم وزيادة حدة المنافسة بين الدول والمناطق بما لا يدع مجالا لخطأ أو بقاء واستمرار دون تطوير الى الافضل والا لتخلفت الدولة عن الركب السياحى العالمى . واصبح واجب كل دولة مستقبلة للسائحين أن تحدد اطار نهضتها السياحية فى صورة سياسة سياحية عامة ملزمة لكافة أجهزتها الرسمية حتى لا تتذبذب الحلول وتختلف باختلاف الاجهزة الرسمية او المسئولين المتعاقبين ، وتتضمن هذه السياسة السياحية العامة تحديد الأهداف القومية للتنمية السياحية واساليب تحقيق هذه الاهداف ، ومن بينها تحديد هويتها السياحية ونوعية السائح ومختلف الانماط السياحية ذات الأولوية بما يعكسه كل ذلك على نوع التنمية السياحية المتوخاة وهل التنمية هى التنمية السريعة الخطى أو التنمية المنتقاة ، المتمركزة أو المنتشرة .

وقد بلغت السياحة العالمية آفاقا رحبة — كما قلنا — اذ تجاوزت فى حجمها عبر الحدود الدولية وداخل اراضى مختلف الدول ٣٥٠٠ مليون زيارة سياحية وبلغ الانفاق السياحى والترويحى بما فيه من انفاق على النقل السياحى ١٨٠٠ بليون دولار أمريكى (أو ١٫٨ ترليون دولار) وهو ما يشكل نسبة ١٢ ٪ من الناتج الاجمالى العالمى ويزيد على ضعف حجم الانفاق على التسليح أو الانفاق على الغذاء فى العالم عام ١٩٨٥ .

بهذا أصبحت السياحة بالفعل أكبر قطاع انتاجي في العالم قبل نهاية القرن العشرين كما تصور علماء المستقبليات هيرمان كان ، وجان فوراستية وغيرهما وهي بسبيل الخروج من القطاع الانتاجي الثالث Tertiary القائم على صناعة الخدمات لتشكل قطاعا انتاجيا رابعا بذاتها Quaternary لانها تضم حوالي ٥٥ مليون وظيفة في العالم اي حوالي ١٨٫ ٪ من القوة العاملة في العالم . ويمكن القول بذلك ان السياحة بعناصرها المختلفة من حيث هي نشاط نهائي ضخم **بسبيل الدخول في اواخر الثمانينات واوائل التسعينات في البعد الرابع** Fourth Dimension **وهو بعد السياحة الشاملة** Global Tourism الذي تصبح فيه السياحة نشاطا انسانيا متكاملا يعتبر من أساسيات الحياة الحديثة في الدول المتقدمة وفي الدول النامية اذ تشير التنبؤات العلمية ان السياحة ستستمر في الزيادة خلال السنوات العشرين القادمة .

وقد ظل توزيع حركة السياحة الدولية (فقط) على مناطق العالم الست توزيعا غير متوازن تبعا لما يسود اتجاهات حركة السياحة الدولية من قوانين تحكمها مثل قانون الجوار وقانون التركز ، فاختصت اوربا بنصيب الاسد كماكان شأنها لعشرات السنوات وبلغت نسبة الحركة السياحية الدولية فيها حوالي ٦٨ ٪ بينما بلغ نصيب الامريكتين حوالي ١٨ ٪ . اي ان منطقتين فقط اختصتا بحوالي ٨٦ ٪ من حركة السياحة الدولية وتقاسمت النسبة الباقية وهي ١٤ ٪ مناطق العالم الباقية وهي افريقيا والشرق الأوسط وجنوب آسيا وشرق آسيا والباسيفيك . وبلغ نصيب افريقيا حوالي ٢٫٥ ٪ بينما بلغ نصيب الشرق الاوسط ٢ ٪ .

السياحة الدولية لمصر :

أما مصر ، وتنتمي لمنطقة الشرق الاوسط سياحيا ، فقد بلغ نصيبها من الحركة السياحية الدولية حوالي ١٫٥١٨٫٠٠٠ زيارة سياحية شاملة جميع انماط السياحة بما يعني نسبة ٠٫٤٦ ٪ من هذه الحركة وحوالي ٢٢٪ من حركة السياحة الى منطقة الشرق الاوسط في عام ١٩٨٥ . اما في سنة ١٩٨٦ فقد هبط عدد الزيارات السياحية الدولية الى مصر الى ١٫٣١١٫٠٠٠ بما يعني ٠٫٣٨ ٪ من حركة السياحة الدولية التي بلغت ٣٤٠ مليون زيارة ، وحوالي ١٨٫٩ ٪ من حركة السياحة الدولية الى الشرق الاوسط .

ونلاحظ انه في السنوات الاخيرة تلبذبت اعداد السائحين وأرقام الليالي السياحية صعودا وهبوطا على النحو الذي يبينه الجدول التالي :

السنة	عدد الزيارات السياحية بالالف	الليالى السياحية بالالف	نسبة التغيير فى عـــدد الزيـــارات السياحية	نسبة التغيير فى الليالى السياحية
١٩٧٨	١٠٥٢	٧١٠٠	+ ٥ر٢ ٪	+ ١٢ر٦ ٪
١٩٧٩	١٠٦٤	٧١٠٠	+ ١٧ر٧ ٪	صـــفر
١٩٨٠	١٢٥٣	٨٠٨٣	+ ١٧ر٧ ٪	+ ١٣ر٨ ٪
١٩٨١	١٣٧٦	٩٨٠٦	+ ٩ر٨ ٪	+ ٢١ر٣ ٪
١٩٨٢	١٤٢٣	٩٣٠٢	+ ٣ر١٩ ٪	− ٥ر١٣ ٪
١٩٨٣	١٤٩٨	٨٨٢٧	+ ٥ر٢ ٪	− ٥ر١ ٪
١٩٨٤	١٥٦١	٨٥٧٢	+ ٤ر٢ ٪	− ٢ر٨ ٪
١٩٨٥	١٥١٨	٩٠٠٧	− ٢ر٧ ٪	+ ٥ر٠٧ ٪
١٩٨٦	١٣١١	٧٨٤٧	− ١٣ر٦ ٪	− ١٢ر٩ ٪
١٩٨٧	١٧٩٤	١٥٨٩١	+ ٣٧ ٪	١٠٢ر٥ ٪

وهذا التذبذب الظاهر فى الحركة الســياحية الدوليــة الى مصر لا يتفق مع نسبة التغير التى تعترى حركة السياحة الدولية وكذلك يختلف آختلافا جوهريا عن نسبب التغير فى حركة السياحة الدولية الى الشرق الاوسط .

غير أنه يثلج الصدر ان حركة السياحة الدولية الى مصر قد زادت خلال الشهور المختلفة لعام ١٩٨٧ على الوجه التالى :

١ ــ زادت عدد الزيارات السياحية خلال التسعة شــهور الأولى من عام ١٩٨٧ (يناير ــ ســبتمبر) من ٩٧٥٨١٥ زيارة خــلال نفس المدة عام ١٩٨٦ الى ١ر٣٣٩ر٦٤٨ بنسبة زيادة قدرها ٣٧ر٢٪ وهى نسبة زيادة كبيرة .

٢ ــ زاد عدد الليالى السياحية خلال نفس المدة (يناير الى ســبتمبر ١٩٨٧) من ٦ر٤٨٨ر٨٢٩ خلال التسعة شــهور الأولى من عام ١٩٨٦ الى ١٢ر٦١١ر٦٦١ بنسبة زيادة قدرها ١٠٨ر٤ ٪ وهى نسبة زيادة ضخمة .

٣ ــ زاد معدل الاقامة فى التسعة شهور الاولى من عام ١٩٨٧ عن معدل الاقامة خلال التسعة شهور الاولى من عام ١٩٨٦ من ٦ر٢ ليلة الى ٩ر٤ ليلة بنسبة زيادة قــدرها ٥١ر٦ ٪ .

وهذه النتائج الايجابية فى حركة السياحة الدولية هى محصلة عــدة عوامل رتبت آثارا تراكمية منذ عدة ســنوات قوامها بعثات الصــداقة المتعددة الى دول مختلفة مثل الولايات المتحدة وكندا والمانيا وايطاليا وغيرها ، واوبرا عايدة الاقصر التى لفتت أنظار العالم الى مصر بالدعاية السابقة لها والمعاصرة واللاحقة ، وتحسن

العلاقات مع الدول العربية ، وتكثيف الجهود الاعلامية فى الدول المختلفة ، فضلا عن مجهودات شركات السياحة المصرية التى زاد عددها زيادة كبيرة وكذلك رفع أسعار صرف السوق الحرة بنسب كبيرة تصل الى ٦٠ ٪ التى أحدثت تخلخلا فى الاسعار السياحية العالمية بالنسبة لمصر فأصبحت دولة رخيصة الخدمات بالمقارنة الى غيرها من الدول المنافسة لها . وأخيرا ايجاد منافذ جديدة للسياحة الترويجية على ساحل البحر الاحمر والنشاط المتزايد للسياسة الخارجية لمصر .

ان لم نقم باصلاح ما اعوج من مكونات صناعة السياحة فى مصر بصورة عاجلة جدا وفعالة ، فانه يخشى أن يهبط المد السياحى الى مصر فى عام ١٩٨٩ عما هو عليه الآن سنة ١٩٨٨/١٩٨٧ .

مستقبل التدفق السياحى الراهن

والسؤال الذى يفرض نفسه فى هذا المجال هو كيف يمكن المحافظة على هذا التدفق السياحى المتزايد على مصر .

طرحت هذا السؤال شعبة السياحة بالمجلس القومى للانتاج فى جلستها المنعقدة فى يوم السبت ١٩٨٧/١١/٢١ برئاسة السيد الأستاذ الدكتور محمد عبد القادر حاتم المشرف العام على المجالس القومية وحضور السيد الأستاذ فؤاد سلطان وزير السياحة والطيران المدنى .

وقد دارت معظم المناقشات فى الشعبة مفترضة ان هذه الزيادة الحادثة فى المد السياحى الى مصر هى حقيقة واقعة ولدت لتبقى وأنه من السهل الحفاظ عليها نظرا لعظمة المقومات السياحية التى تتمتع بها مصر بالمقارنة مع غيرها من الدول .

ولاشك أن هذا الفرض خاطىء لانه يتجاهل حقائق كثيرة جغرافية وسلوكية ونفسية واقتصادية وقوانين تحكم حركة السياحة الدولية من ناحية ، وعناصر قوة وعناصر ضعف تحكم العرض السياحى فى مصر من ناحية اخرى . فالعرض السياحى وحده لا يكفى خاصة اذا كان هذا العرض تعتوره معوقات كثيرة لايزال غالبيتها قائما بل يتزايد . وليست الزيادة الحادثة خلال الاشهر التسعة أو العشرة الاولى من عام ١٩٨٧ الا رد فعل مؤقت للتدهور الذى أصاب السياحة المصرية خلال عام ١٩٨٦ ومن قبله خلال النصف الثانى ما سنة ١٩٨٥ . **ورد الفعل هذا يتسم فى نظرنا بالتاقيت** . ولذلك فاننا نعتقد اعتقادا يبرره تنبؤ علمى أن هذه الزيادة الحادثة ستتراجع خلال العام القادم ١٩٨٩ وستظل تتراجع ما لم تتدارك ما لدينا من معوقات فنصلحها ونستبدل بها عناصر قوة وتسهيلات .

وقد ناديت فى تقاريرى السابقة التى قدمت فى الاعوام ١٩٨٥ و ١٩٨٦ و ١٩٨٧ لشعبة السياحة بضرورة معالجة هذه المعوقات وفى ذات الوقت تطوير التسويق المصرى فى الخارج منتهيا الى مجموعة من التوصيات المتكاملة التى تبنتها الأمانة

العامة للمجالس القومية بالكامل فى ورقة العمل التى قدمتها للشعبة بمناسبة التساؤل المطروح عن كيفية المحافظة على التدفق السياحى المتزايد على مصر .

وسنتعرض لمعظم هذه التوصيات فى الباب السابع من الكتاب علاجا للمعوقات التى تعترض طريق تنمية السياحة الدولية الى مصر .

الدخل السـياحى المصرى :

أما دخل مصر الحقيقى من السياحة فيصعب تقديره تقديرا علميا سليما نظرا لضعف نظامنا الاحصائى ولتعدد اسعار الصرف للعملات الحرة . غاية الامر فان الذى يمكن التعويل عليه هو التحويلات المصرفية الرسمية وهى أن لم تمثل الدخل السياحى الحقيقى الا أن المقدر هو ان نسبة التسرب الى السوق غير الرسمية لا تزيد عن ٤٠٪ . وعلى ذلك فانه يمكن القول بكثير من الدقة ان الدخل السياحى الحقيقى لمصر عبر السنوات الخمس الاخيرة لا يزيد عن التحويلات المصرفية الرسمية طبقا لاحصاءات البنك المركزى الا بنسبة تدور حول ٤٠٪ صعودا وهبوطا (١) وذلك قبل تقرير سعر صرف السوق الحرة . وبذلك يمكن القول بأن الدخل السياحى فى مصر فى السنوات الخمس الأخيرة كما يلى :

---

(١) تقدير الدخل السياحى الحقيقى لمصر لا يمكن ان يتم الا بدراسات ميدانية دقيقة داخل مصر وخارجها فى الاسواق السياحية المختلفة مع استخدام عمليات احصائية متقدمة وهو ما لا يتوافر وقد قامت شعبة السياحة بعمل دراسة دقيقة الى حد كبير للايرادات السياحية عام ١٩٨٠ اثبتت ان نسبة التسرب وقتئذ كانت فى حدود ٢٠,٥٪ .

السنوات	الدخل السياحى الدولى بالبليون دولار	التحويلات المصرفية بالمليون جنيه	نسبتها من الدخل السياحى الدولى	نسبتها من الدخل السياحى لمنطقة الشرق الأوسط	الدخل السياحى التقديرى بالمليون جنيه	عدد الليالى السياحية
١٩٨١	١٠٣	٣١٩ر٤	٠ر٣١٪	٩ر٢٥٪	٤٤٧ر١٦	٩ر٨٠٦ر٠٠٠
١٩٨٢	٩٧ر٤	٢٨٩ر٢	٠ر٢٩٪	٨ر٨٤٪	٤٠٤ر٨٨	٩ر٣٠٢ر٠٠٠
١٩٨٣	٩٧ر٥	٢٣٥ر٢	٠ر٢١٪	٧ر١٢٪	٣٢٩ر٢٨	٨ر٨٢٧ر٠٠٠
١٩٨٤	١٠٠ر٨	٢٧٢ر٥	٠ر٢٧٪	٦ر٨١٪	٣٨٠ر٨	٨ر٥٧٢ر٠٠٠
١٩٨٥	١٠٥	٣٣٩	٠ر٣٢٪	٧ر٥٣٪	٤٧٤ر٦	٩ر٠٠٧ر٠٠٠
١٩٨٦	١١٥	٣١١	٠ر٢٧٪	٨ر١٨٪	٥٣٥ر٤	٧ر٨٠٠ر٠٠٠

متوسط الانفاق السياحي اليومي :

وبقسمة التحويلات المصرفية والدخل السياحي التقديري (وهو يزيد عن التحويلات المصرفية الرسمية بنسبة ٤٠ ٪) على عدد الليالي السياحية ويبين أن متوسط الانفاق السياحي اليومي في مصر كالآتي :

سنوات	١ على أساس بالجنيه المصري التحويلات المصرفية	٢ على أساس الدخل التقديري بالجنيه المصري	متوسط الانفاق بالدلاور الأمريكي ١	متوسط الانفاق بالدلاور الأمريكي ٢
١٩٨١	٣٢ر٥	٤٥ر٦ جنيه	٣٩	٥٤ر٩
١٩٨٢	٣١ر٠	ر٤٣ جنيه	٣٧	٥٢ر٤
١٩٨٣	٢٦ر٦	٣٧ر٣ جنيه	٣٢	٤٤ر٩
١٩٨٤	٣١ر٧	٤٤ر٤ جنيه	٣٨	٥٣ر٤
١٩٨٥	٣٧ر٦	٥٢ر٧ جنيه	٢٧ر٨	٣٩
١٩٨٦	٣٩ر٨	٥٥ر٨ جنيه	٢٩ر٤	٤١ر٣

وهذا التقدير من الانفاق السياحي اليومي في مصر يعتبر متواضعا للغاية وبخاصة ان سعر الصرف ليس في صالح الجنيه المصري ورغم ما تزخر به مصر من مقومات سياحية طبيعية وحضارية واثرية متعددة ، ولذلك فقد تضمن الأطار العام للخطة الخمسية الثانية للسياحة ٨٨/٨٧ ــ ١٩٩٢/٩٧ استهداف بلوغ متوسط الانفاق السياحي اليومي مائة دولار أمريكي يوزع بنسب تقديرية على الوجه الآتي :

اقامة	٪٣٠
طعام وشراب	٪٣٠
تنقلات داخلية	٪٢٠
مشتريات	٪١٥
مزارات	٪ ٥
	٪١٠٠

ومفاد ما تقدم أن الدخل السياحي الاجمالي لمصر ، ومتوسط الانفاق اليومي للسائح ، ومعدل الاقامة (تراوح معدل الاقامة خلال السنوات السابقة بين ٤ر٥ ــ ٦ ليلة) لا يتفق مع مكانة مصر السياحية ولو انها لاتزال تعتمد أساسا على السياحة الأثرية (وهي جزء من السياحة الثقافية التي لا تزيد نسبتها عن ١٠ ٪

من حركة السياحة العالمية) هذا فضلا عن أن مصر تقع جغرافيا فى حوض البحر المتوسط حيث توجد شمالا ايطاليا وفرنسا وأسبانيا وهى ثلاث دول سياحية عريقة تستقل بنسبة ٤٠٪ تقريبا من حركة السياحة العالمية (٣٩٫٥٪ عام ١٩٨٥) وحيث توجد كذلك دول ذات ثقل سياحى متزايد كاليونان ويوغوسلافيا وتركيا وتونس والمغرب وقبرص وكلها دول جاذبيتها السياحية الاجتماعية تفوق الجاذبية الجماهيرية المتاحة لمصر حتى الآن نظرا لأن هذه الدول تعطى لسياحة الشواطىء والترويح أهمية كبيرة .

وأسباب تأخر النمو السياحى فى مصر عديدة ومتنوعة وتشمل بوجه عام قصور المرافق العامة الأساسية فى مختلف المدن والمناطق السياحية ، وعدم النظافة ، وتعدد بل تضارب جهات الاختصاص على المستويات الرسمية المركزية والمحلية ، وعدم تطوير المناطق السياحية الأثرية بما يتناسب مع أهميتها كعناصر جذب رئيسية ، وعدم ثبات القرارات الاقتصادية المؤثرة فى السياحة وبوجه خاص قرارات أسعار الصرف بما ينعكس سلبيا على أسعار الخدمات السياحية وعلى عائد الاستثمار فى المشروعات السياحية والايرادات السياحية الاجمالية والمضافة بوجه عام ، وتقليدية التنظيم السياحى الرسمى وعدم ديناميكيته ، وقصور الاعتمادات المخصصة للتسويق السياحى فى الخارج مع تواضع مستوى الأداء فى مجهوداتنا التسويقية ، وعدم انتهاج سياسة فعالة للتدريب السياحى والفندقى وضعف مستوى الخدمات السياحية نتيجة لذلك ، وغير ذلك من الأسباب ...

وتدور هذه الأسباب وغيرها فى فلك واحد هو غياب سياسة سياحية عامة علمية وثابتة ملزمة تترجم الى استراتيجيات علمية واقعية لبلوغ الأهداف العامة والمحددة وفق برنامج زمنى محدد يقترن بخطة قابلة للتنفيذ تنظيميا وفنيا وماليا وبشريا (١) .

وتختلف هذه الأسباب من حيث قوة تأثيرها العكسى على السياحة فى مصر فمنها ما لا يكون تأثيره مباشرا وفوريا وهى غالبا الأسباب المتصلة بقطاع السياحة ذاته ومنها ما يكون تأثيره غير مباشر يشكل بوجه عام مناخا غير موات للتنمية السياحية . ولكى تصل الى تحديد مدى تأثير كل سبب من هذه الأسباب على السياحة فانه لابد من اجراء دراسات ميدانية متعمقة داخل مصر وخارجها لتحديد اعتبارات الوزن النسبى لكل من هذه الأسباب ثم لسؤال منظمى الرحلات الشاملة وشركات السياحة والسائحين فى الأسواق المصدرة للسائحين ثم شركات السياحة المصرية والسائحين الدوليين والوطنيين فى الداخل ، ثم اجراء جداول المدخلات والمخرجات لتحديد العلاقة الاقتصادية بين قطاع السياحة وسائر القطاعات الانتاجية كالزراعة والصناعة وغيرهما وتحديد الطلب الوسيط والطلب النهائى لكل من هذه القطاعات المتداخلة .

---

(١) تراجع دراسة معوقات التنمية السياحية فى مصر واقتراحات علاجها التى قدمتها الى وزارة السياحة بناء على طلبها عام ١٩٨٢ ص ٧٠ .

الباب السابع

معوقات التنمية السياحية فى مصر واقتراحات علاجها

الفصل الأول

المعوقات

لا ندعى ، ولا يمكن أن يكون مثل هذا الادعاء صحيحا ، بان السياحة وحدها هى الحل الأمثل للخروج من المشكلة الاقتصادية ولكنها ولاشك عامل مساعد لذلك أن أحسن استخدامها كأداة لسياسة اقتصادية جديدة تقوم على تعبئة الموارد المصرية المتاحة وادارتها ادارة علمية سليمة .

وامامنا أمثلة عديدة لدول بدأت رحلتها السياحية فى الخمسينات أو الستينات وبلغت فى ايراداتها السياحية مكانا مرموقا ساعد من ناحية على زيادة مواردها الخارجية من العملات الحرة وفى ذات الوقت كانت السياحة اداة لتحريك النشاط الاقتصادى فيها بنشوء صناعة وطنية ساهمت مساهمة فعالة فى زيادة الدخل القومى مثل يوغوسلافيا وبلغاريا وتركيا وقبرص وتونس .

والمعوقات التى تعترض نمو الحركة السياحية الدولية فى مصر والسياحة الداخلية كثيرة ومتنوعة الجوانب كما قلنا آنفا ومتشعبة يكابدها كل من يعمل فى القطاع السياحى بمكوناته المختلفة من فنادق وأماكن الاقامة السياحية الأخرى ، وشركات سياحية ، ووسائل نقل ، وصناعة وتجارة العاديات والسلع السياحية والمنشآت السياحية من مطاعم ومقاه وملاه وغير ذلك ، وكذلك وبوجه خاص المستثمر . ولقد آن الأوان لكى يدق ناقوس الخطر لأن استشراء هذه المعوقات أكبر وأكثر من شأنه القضاء على مستقبل السياحة فى مصر .

ولذلك فاننا سنحاول فى هذا المجال الاحاطة بأساسيات هذه المعوقات الداخلية فى مصر والمؤثرة فى الحركة السياحية بصورة مباشرة بقدر ما أسعفنا البحث فى الأطار الزمنى المتاح . وسنفسر فى تصنيف هذه المعوقات على نهج يخرج عن التصنيف

الوظيفى الذى يساير مكونات صناعة السياحة أو التصنيف التشغيلى الذى يتبع الترتيب المنطقى لدورة السائح الزائر لمصر او التصنيف الذى يتبع مصادر هـذه المعوقات وهو ما اتبعته دراسة المعوقات التى وضعها المؤلف بناء على طلب وزارة السياحة عام ١٩٨٢ ، فنقسمها الى مجموعات ثلاث فقط ينتظم كل منها انواعا من المعوقات يربطها رباط مشترك هو ان تكون نابعة من خارج القطاع السياحى ذاته أو من داخله ليسهل بعد ذلك وضع مقترحات حلها .

ولن نعرض هنا لأية معوقات نابعة من ظروف الدول المصـدرة للسـائحين سواء اكانت راجعة الى سياسات بعض هذه الدول أو الى عنصر المنافسة الدولية أو الى اتجاهات حركة السياحة الدولية ذاتها . فذلك مجاله دراسـة ميدانية تسويقية يتعين أن تتم فى الأسواق المصدرة للسائحين ذاتها .

اولا : تصنيف مجموعات المعـوقات :

تنقسم المعوقات التى تؤثر سلبيا على تقدم السياحة فى مصر الى ثلاث مجموعات رئيسـية :

المجموعة الأولى ـ تنتظم المعوقات المتعلقة بالاجراءات الحكومية المركزية :

وهذه يمكن أن يندرج تحتها الأنواع التالية من المعوقات :

١ ـ عدم اعطاء السياحة كقطاع هام من قطاعات التنمية ما تستحقه من اولوية .

٢ ـ اجراءات الحـدود .

٣ ـ الاجراءات الاقتصادية والمالية والجمركية .

٤ ـ اجراءات النقـل والمواصـلات .

٥ ـ تضارب اختصاصات الوزارة والأجهزة الرسمية .

٦ ـ اجراءات الاسـتثمار .

٧ ـ ضعف مسـتوى المرافق الأسـاسية .

٨ ـ قصور الاعتمادات الحكومية المخصصة للتسـويق والبحوث والاحصـاءات والاعلام السـياحى .

ويدخل فى كل من الأنواع السابقة عدد متباين من المعوقات والمشـاكل .

المجموعة الثانية ـ تشمل المعوقات النابعة من داخل القطاع السياحى نفسه بمعناه الواسـع .

وهذه يمكن أن يندرج تحتها الأنواع التالية من المعوقات :

١ ـ روتينية التنظيم السياحى وعدم ديناميكيته .

٢ ـ ضعف فعالية مجهودات التسويق السياحى فى الخارج .

٣ ــ انتفاء وجود سياسة للتدريب السـياحي والفندقي .

٤ ــ هبوط مستوى الثروات السياحية كعناصر جذب .

٥ ــ تخلف التوعية الشعبية بأهمية السياحة .

٦ ــ عدم التكامل بين السياحة والطيران فى البرامج والأسـعار .

٧ ــ عدم اتباع سياسة تسعيرية علمية سليمة للخدمات الفندقية .

٨ ــ ضعف الرقابة على الخدمات السياحية لضمان مستوى مرتفع لها يمكن من صمود مصر فى مجال المنافسة الدولية .

٩ ــ تعدد أوجه مضايقات السـائح (الشـقق المفروشـة ــ الملاهى ــ محلات العاديات والسلع السياحية ــ الجمالة والخيالة فى منطقة الهرم ... الخ).

١٠ ــ مشاكل القطاع العام السياحي وبوجه خاص ادارة القطاع الفندقى (زيادة العمالة ضعف الانتاجية ــ ارتفاع التكاليف ــ ضعف مستوى الخدمات ــ زيادة الخسارة ... الخ) وقد صفيت هذه الادارة تقريبا أخيرا .

١١ ــ ضعف البحوث والنظـام الاحصـائى .

المجموعات الثالثة ــ تضم المعوقات المتصلة بنشاط المحليات :

وهذه تشمل الأنواع الآتية من المعوقات :

١ ــ عدم اتخاذ ما يلزم من اجراءات حاسمة لمواجهة ظاهرة انتشـار القمامة والمخلفات فى الشوارع .

٢ ــ زيادة حدة التلوث عن المعدلات المقبولة .

٣ ــ عدم التشجير وعدم انتشار المناطق الخضراء .

ولن نستطيع المضى فى تفصيل جميع هذه المعوقات والا استغرق ذلك مجلدا ضخما ، ولذلك فاننا نكتفى فى هذا التقرير بشرح اهم هذه المعوقات والتى تمثل عقبات أساسية فى سبيل التنمية السياحية كما يلى :

١ ــ السياحة لا تحظى كقطاع اقتصادى بالأهمية التى تستأهلها على مستوى الدولة وأثر القرارات الحكومية على الاستثمار السياحى .

رغم كثرة الكلام حول اهمية السياحة للاقتصاد القومى مؤخرا وورودهـا صراحة فى خطاب التكليف بتشكيل الوزارة الذى أرسله السـيد رئيس الجمهورية لرئيس الوزارة فى التشكيلين الاخيرين ، فانها لا تزال ــ وفى الحقيقة ــ قطاعا غير هام من قطاعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لوجود بعض الأصوات التى ترتفع غير مؤمنة بها من ناحية ، ولعدم انتاجية قطاع السياحة فى الاقتصاد القومى حتى

الآن من ناحية اخرى الأمر الذى يعزوه كثير من رجال الاعمال السياحيين الى عدم اهتمام الدولة ووجود كثير من المعوقات أمامهم . فكأن المسألة فى النهاية هى سبب ونتيجة فى ذات الوقت .

ولعل عدم اهتمام الدولة بقطاع السياحة متمثل فى عدم وجود محاولات جادة لحل مشكلات هذا القطاع رغم اعادة تنظيم المجلس الأعلى للسياحة (بالقرار الجمهورى رقم ٢٢٦ لسنة ١٩٨٥) والذى عرضنا لبعض الجوانب السلبية فيه . **فالمجلس الأعلى للسياحة موجود على مسرح الواقع منذ سنة ١٩٥٣ اذ انشىء بالقانون رقم ٤٤٧ لسنة ١٩٥٣ واعيد تنظيمه عدة مرات ولم يثبت فعاليته مطلقا خلال كل هذه السنوات . واذا كان اجتماعه قد تكرر فى السنتين الأخيرتين الا انه لم يقم بماهو مطلوب منه الا فى بعض الأمور المحدودة التى لم يظهر أثرها عمليا الا فيما ندر.**

ووزارة السياحة لا ينظر اليها على انها وزارة هامة ولا تعطى من الامكانات ما يمكنها من مباشرة عملها فى تنمية السياحة فى مصر ليس من حيث الاختصاصات فقط ، ولكن من حيث المخصصات المادية التى تمكنها من القيام بمختلف الدراسات والخطط اللازمة لتطوير وتنويع المنتج السياحى وبحوث الأسواق الدولية ، وعقد المؤتمرات الدولية ، والقيام بالتدريب السياحى المتعدد التخصصات والمستويات ، واخيرا ما يلزم للقيام ببعض المشروعات الرائدة فى المناطق السياحية الجديدة كمثل حى أمام المستثمرين .

وفضلا عما تقدم فان تأثير وزارة السياحة على غيرها من الوزارات فيما يتصل بالتنمية السياحية غير قائم فى الغالب من الحالات وذلك انعكاس لأهمية السياحة كقطاع ذى أولوية أو عدم أهميتها . فمن ناحية تضارب القوانين المانحة لاختصاصات بعينها لوزارة السياحة مع قوانين أخرى تنظم اختصاصات وزارات أخرى ، ومن ناحية ثانية ورغم ما استقر من اعتبار السياحة مرفقا ذا طبيعة خاصة ، الا أن اختصاصات المحافظين لاتزال تتداخل فى السياحة بشكل او بآخر . **وبالاضافة الى ذلك كله فان السياسات الاقتصادية التى تتبعها وزارة الاقتصاد تؤثر تأثيرا مباشرا على السياحة ورغم ذلك لا تؤخذ المصالح السياحية فى الاعتبار عند وضع وتبنى هذه السياسات .**

واخيرا فان ما درجت عليه الدول السياحية من أسس لمساعدات الدولة لقطاع السياحة غير مطبق تطبيقا كاملا ومستمرا فى مصر مثل المنح النقدية والعينية للمشروعات الهامة، والاعفاء الجمركى الكامل لمستلزمات الانتاج، وسعر الطاقة المخفض، والقروض الطويلة الأجل بفوائد منخفضة وغيرها . وقد يرد على ذلك بعدم قدرة الدولة ماديا على اعطاء هذه المساعدات للمستثمرين ولكن هذا الرد لا ينفى حقيقة هامة هى أن الدولة لا تعطى السياحة مثل هذه الأهمية التى تعطيها لها دول كثيرة منها دول نامية أقل مستوى من مصر .

وقد ترتب على تعدد أسعار الصرف ، وتقلص سياسة الائتمان ، وارتفاع سعر الفائدة فى مصر ، الاضرار بكثير من المشروعات الاستثمارية السـياحية اذ تضاعفت القروض نتيجة ارتفاع سعر الدولار وقلة الموارد نتيجة هبوط الحركة السياحية مما ادى ببعض هذه المشروعات الى خفض اسعارها خفضا كبيرا ساهم فى وجود منافسة غير صحيحة مع المشروعات الأقل درجة من حيث اسعار خدماتها ويؤدى ذلك الى اختلال السـوق السـياحى فى مصر .

فضلا عما يؤديه ذلك من معاناة المشروعات السياحية اقتصاديا وعرض بعضها للبيع .

واخيرا فان اصدار تراخيص المشروعات السياحية يجب ان يقتصر على وزارة السياحة دون المحليات التى يكفى اختصاصها باصدار تراخيص المبانى .

٣ ـ اجراءات الحـدود :

رغم ما طرأ من تحسن ملموس على اجراءات الحـدود فى مصر من اجراءات التأشيرات والجوازات بالمطـارات والموانى (رغم بطء هـذه الاجراءات فى أوقات الذروة) ، واجراءات الجمارك ، وخدمات الأمتعة بالمطارات وغير ذلك ، الا أن الواقع ان هذه الاجراءات لاتزال دون المسـتويات المتعارف عليها دوليا فى الدول السياحية ، ولاتزال هذه الاجراءات محل شكوى كثير من السـائحين وشركات السياحة الدولية .

ولعل أهم مجالات هذه الشكوى هى حالة النظافة فى المطارات والموانى وبوجه خاص دورات المياه ، وموضوع الاستبدال النقدى (١٥٠ دولارا) كشرط لدخول مصر ما عدا المجموعات السياحية (١) ، وارتفاع رسـوم التأشـيرات فى قنصلياتنا بالخارج ، وعدم الاعلان عن أسعار العملات الحرة فى فروع البنوك بالمطارات وعدم استجابة البنوك فى غالب الأحيان لاعادة تحويل ما يبقى مع السائح من عملة مصرية الى العملة الحرة التى قام بالتحويل منها ابتداء ، وما تستغرقه عملية الكشف فى قوائم الممنوعين من الدخول من وقت طويل احيانا ... الخ .

٣ ـ الاجراءات الاقتصـادية والمالية والجمركية :

(أ) رغم أن المادة ١٥ من القانون رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٤ بشأن الاستثمار تنص على استثناء المعدات والآلات وغيرها التى تدخل فى انشاء المشروعات الاستثمارية من اجراءات البت ، الا أن هذا النص معطل بحكم ما كان سائدا من نظـام العرض على لجنة ترشيد الاستيراد مما كان يؤدى الى تأخير الافراج عن هذه المعدات والآلات والأدوات ويكبد المشروعات تكاليف اضافية . أما الآن وبعد الغاء لجان الترشيد فقد تكفلت قوائم المستوردات الممنوعة بتعطيل هذا النص

---

(١) الغى هذا الشرط مؤخرا .

مرة أخرى وفضلا عن ذلك تذبذب سياسة الاعفاء من الرسوم الجمركية لمستلزمات انتاج المشروعات السياحية طبقا للقانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ بشأن المنشآت السياحية ووضع قوائم سلعية تتغير بتغير سياسة الاعفاء الجمركى بأثر فورى دون منح أجل لتصفية المستوردات طبقا للقوائم السابقة وهو ما قد يؤثر فى الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية (١) .

(ب) قيام بعض المحافظات وأجهزة الحكم المحلى وغيرها من الجهات الحكومية الرسمية كهيئة الآثار بفرض أو زيادة رسوم على بعض المناطق السياحية والمتاحف والأنشطة السياحية المختلفة كالفنادق والملاهى وبعض وسائط النقل وغيرها دون الرجوع الى وزارة السياحة مما اثار فى كثير من الاحوال شكوى شركات السياحة العالمية والسائحين وشركات السياحية المصرية لأن زيادة هذه الرسوم او فرض الجديد منها فضلا عن انه يؤثر على سعر الرحلة السياحية الى مصر ويضعف مركز مصر التنافسى ، فان هذه الزيادة التى تتم بأثر فورى خلال الموسم السياحى من شأنها اثارة المشاكل بين العناصر السياحية المختلفة نتيجة عدم رغبة أيها فى تحملها بعد اتمام الاتفاق على تفاصيل الرحلات الجماعية والفردية وتكاليفها . ان ذلك يقتضى منع هذه الجهات من اصدار هذه القرارات حتى توافق وزارة السياحة وفى المواعيد التى ينص عليها القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ .

(جـ) أن تدبير العملة الحرة لسداد الالتزامات السياحية المختلفة للخارج من أهم ما يعوق حركة المشروعات السياحية الاستثمارية والمنشآت السياحية المختلفة ووكالات السفر والسياحة فى مصر .

(د) القرارات الاقتصادية السارية حاليا تفرض عنتا على شركات السياحة بتعديلاتها المتكررة ، وآخرها القرار الوزارى رقم ١٩٨٦/١٩٧ الصادر بتاريخ ٨٦/١٢/٩ والذى يوجب التعامل بين الشركات السياحية والفنادق بالنسبة للتعاقدات المستقبلية بالدولار الامريكى أو أى عملة أخرى قابلة للتحويل مع جواز الدفع بالجنيه المصرى عند استحقاق السداد وذلك وفقا لسعر الصرف السائد فى مجمع البنوك فى ذلك التاريخ ولكى ينفذ هذا القرار بسهولة ويسر يجب الغاء نظام التجنيب السائد حاليا والذى بمقتضاه تضع الدولة يدها على نسبة ٩٠٪ من تحصيلات شركات السياحة بالعملة الحرة ، وتترك للشركات نسبة ١٠٪ لاستخدامها فى الوفاء بالتزاماتها

---

(١) صدر القانون رقم ١٦٨ لسنة ١٩٨٦ بتنظيم الاعفاءات الجمركية .

واحتياجاتها من السلع الاستثمارية أو الوسيطة أو الاستهلاكية أو مستلزمات التنشيط والتسويق وبالتالى توسيع نشاطها . وحتى يخضع الصرف من النسبة الروتينية لموافقة وزارة السياحة مهما كانت ضآلة المبلغ المطلوب ومهما كانت أهمية الغرض . وتتساءل الشركات عن جدوى هذا القرار اذا كان نظام التجنيب سيظل سارى المفعول خاصة وان هدف اى من هذه القرارات هو تعظيم العائد بالعملات الحرة للنظام المصرفى الرسمى للدولة .

٤ ــ ضعف الاعتمادات المخصصة لوزارة السياحة فى ميزانيتها وفى ميزانية الجهات التابعة لها للقيام بما يلزم نحو : ــ

(أ) التدريب السياحى على المستوى الواجب فنيا وحجما لمواكبة التطور السياحى الذى يستلزم تدريب اعداد متزايدة من الشباب على الخدمات السياحية . وقد اشارت خطة اعداد مصادر الثروة البشرية التى أعدها المجلس القومى للانتاج والشئون الاقتصادية عام ١٩٧٧ الى الحاجة الى تدريب ما لا يقل عن خمسين الفا مما دعا الى اقتراح انشاء ١٥ مركز تدريب (بمستوياته الثلاثة المهنى الأساسى والاشرافى والادارة العليا) فى سنة ١٩٨٠ الأمر الذى لم يحدث . ان مشاكل اعداد العمالة اللائمة لجميع التخصصات السياحية يقتضى انشاء هيئة متخصصة للتدريب تتبعها كل مراكز التدريب الموجودة والمستقبلية كما هو معمول به فى بريطانيا حاليا . ويجب ان يبدأ التدريب بالعاملين الحاليين فى القطاع على مختلف مستوياتهم واعتبار التدريب لازما للترقية فضلا عن ايجاد برامج ودورات تدريبية جوابة للمحافظات المختلفة .

(ب) اجراء ما يلزم من احلال وتجديد للفنادق القائمة وبخاصة فنادق القطاع العام . ولاشك ان الانفاق كما يجب على الاحلال والتجديد لهذه الفنادق يمنع تدهور مبانيها ومعداتها وتأثيثها ويحول دون مواجهة انشاء فنادق جديدة بدلا منها تتكلف مبالغ تزيد عشرات المرات عن المبالغ المطلوبة لهذا التجديد والاحلال .

(جـ) استكمال المشروعات الجارى تنفيذها وخاصة فيما يتعلق بتدبير النقد الأجنبى اللازم لهذا الاستكمال وخاصة بواسطة شركات القطاع العام . ان جزءا كبيرا من الاعتمادات المخصصة لهذا الغرض يكون فى شكل تسهيلات يصعب استخدامها بل يستحيل فى بعض الاحيان .

(د) تعميق مجهودات التسويق السياحى الخارجى فى الأسواق القائمة وفتح أسواق سياحية جديدة لجذب مزيد من الحركة السياحية . ويقتضى ذلك

وصد اعتمادات كافية للبحوث والدراسات التسويقية الميدانيـة والمكتبية باسـتخدام ذوى الخبـرة المصرية والتخصص العلمى السـياحى الدقيق مستعينين كلما لزم الأمر بالخبرة الأجنبية . ويتعين وضـع برامج متطورة واعتمـادات كافيـة لمكاتبنا السـياحية الخـارجية بعـد اعادة تقييمهـا وتحديثها وتدعيمها بالخبـرات المناسـبة المدربة تدريبا كافيا لجعلها نوافذ حقيقية لمصر فى الخـارج تسـتطيع التغلغل فى الأسـواق السـياحية بصورة جادة وعلمية وفعالة ورفع مستوى الصـورة السـياحية لمصر فى الخارج . ولايزال صندوق التنشـيط السياحى الذى تم انشـاؤه بالاتحاد المصرى للغرف السياحية فى بداية نشاطه المسند اليه فى لائحته وهو دعم مجهودات التسويق السياحى بالخارج لعدم مساهمة قطاع الأعمال السياحية فى تمويله مساهمة فعالة .

٥ ـ ضعف مسـتوى المرافق الأساسـية

لعل أهم ما يميز الدول السياحية المتقدمة مثل إيطاليا والولايات المتحـدة الامريكية وفرنسا هو انها متقدمة المرافق الاساسية ولا يعـوزها فى أى منطقة من مناطق الجذب السياحى بها وجود شبكات القوة المحـركة والمياة (سـواء اكان مصدرها الأنهـار أو تخزين الامطـار أو ازالة ملوحة البحـر) والصرف الصحى والطرق بكافة أنواعها ومستوياتها وشبكات الاتصالات التليفونية والبرقية . بل اننا لانزال نذكر انه منذ بدأت اسبانيا فى تخطيط تنميتها السياحية سـنة ١٩٦٣ (رغم أنها بدأت برنامج تنمية سياحية غير مخططة منذ سنة ١٩٥٤) ، بدأت تنفيذ هذه الخطـة بمد شـبكات الطرق فى كافة انحاء الدولة وانشـاء الموتيلات (Paradoras) عليها ومد شبكات الكهرباء والمياه الى جميع المناطق ذات الجذب السياحى وأخصها المناطق الشاطئية على البحر الأبيض المتوسط ، والمناطق الجبلية التى اختصتها بشبكات التليفريك كوسيلة مواصلات ونقل ، فضـلا عن مد جميع خطوط الاتصالات السلكية واللاسلكية .

وكانت اسبانيا فى بداية اطوار تنميتها السـياحية عاجزة ماديا عن القيام بكل ذلك فى وقت واحد بطبيعة الحال فوضـعت لتنفيذ خطتها برنامجا زمنيا تنفيذيا لمد شبكات المرافق الأساسية هـذه فى المناطق ذات الأولوية السـياحية تدريجيا مستعينة بالخبرات الأجنبية من المانيا والسويد والولايات المتحـدة ، بل انها فى بداية الامر تساهلت فى اعطاء تسهيلات ضخمة للشركات الاجنبية لانشاء جيـوب سياحية (مسـتعمرات سـياحية مغلقة) فى بعض المناطق مثل كوسـتا برافا وكوستا دى السول وكوستا بيانكا وجزيرة مايوركا ، فأنشـأت هذه الشركات

مشروعات سياحية متكاملة متحملة مرافقها الاساسية المحلية منذ البدايه . وكانت هذه الطريقة محل نقد كثير من خبراء السياحة الدوليين بمظنة ان العائد الاقتصادى للدولة الأسبانية من هذه المشروعات التكاملية سيكون هامشيا ، ولكن مع سرعة دوران عجلة التنمية السياحية فى عدة مناطق فى وقت واحد ومع الاثر المضاعف للانفاق السياحى - بعد مرور عشر سنوات تقريبا - تضاءلت المصالح الأجنبية الخاصة التى قامت بانشاء بعض هذه المشروعات الى جوار تضخم المصلحة السياحية العامة للدولة فأصبحت أسبانيا الآن على ما هى عليه من تقدم سياحى وضعها فى مجموعة الدول الثلاث السياحية الأولى فى العالم .

واذا أردنا تشخيص الوضع القائم فى مصر بالنسبة الى المرافق الأساسية اللازمة للنمو السياحى فاننا نجد ان معظم المناطق السياحية ذات الاهمية فى مصر لايزال يعوزها الكثير من هذه المرافق بكافة انواعها من قوة محركة ومياه وصرف صحى وطرق واتصالات سلكية ولاسلكية . ونقصد بهذه المناطق كل ما يصدق عليه وصف مناطق التعمير السياحى الجديدة مثل الساحل الشمالى من الاسكندرية الى مطروح ، وساحل البحر الأحمر كله وبخاصة من الغردقة الى برنيس ، وسيناء الشمالية والجنوبية ، وبحيرة السد العالى والوادى الجديد . ومدن القنال ومدن الوادى مثل بنى سويف والمنيا وأسيوط وسوهاج وقنا وأسوان. اذ تقتصر المرافق الاساسية فى هذه المدن عن حد كفاية مواكبة التطور الحادث فى التنمية السياحية التى تجرى فى الوقت الحاضر بوجه خاص فى القاهرة التى بدأت تظهر فيها انتكاسات فى القوة المحركة وفى المياه وفى الصرف الصحى والاتصالات . وتقوم الحكومة حاليا بمجهود ضخم لحل كثير من هذه المشاكل وتقوية الشبكات وتجديدها بل اتخاذ ما يلزم نحو تركيب شبكات جديدة .

ونهر النيل الخالد - وهو شريان الحياة الحضارية فى مصر - لم يتم استغلاله بعد - وفق خطة علمية وعملية - كمرفق هام لنقل الركاب والضائع لتخفيف الضغط عن الطرق والسكك الحديدية والنقل الجوى والعناية بجسوره واعداد المرامى والمواتى وتجميله بصورة تجعله منطقة جذب سياحى فريد كما فعلت دول كثيرة فى انهارها مثل التيمس فى بريطانيا ، والسين والرون فى فرنسا ، والراين فى المانيا الغربية ، والتيبر فى ايطاليا ، والمسيسبى فى الولايات المتحدة .

ولاشك ان مد شبكات الطرق السريعة المزودة باللافتات الارشادية داخل مصر أمر يحتاج الى عناية خاصة لانه بدونها لا يمكن حدوث تنمية سياحية حقيقية ولاتزال شبكة الطرق الرئيسية فى مصر (طريق الوجه القبلى وطريق البحر الأحمر)

تحتاج الى تطوير كبير حتى نستطيع الاستفادة من سياحة السيارات ، فضلا عن ضرورة انشاء مرفأ ترفيهي أو أكثر لامكان الاستفادة بسائحي اليخوت .

ومن ناحية اخرى فان تحميل المشروعات السياحية منها باعباء وتكلفة المرافق الاساسية رفع كثيرا من تكلفتها وجعل انشاءها وتشغيلها غير اقتصادى فى كثير من الأحيان . ولعل مثلا لذلك أن بعض المشروعات السياحية تتكلف ما يزيد عن سبعة جنيهات لكل متر مكعب من المياه وخاصة فى المشروعات السياحية على الشواطىء بحيث يكون استهلاك الميه أكثر من معدلها العادى بالنسبة للشخص فى المشروعات القائمة فى المدن .

ويضاف الى قائمة المرافق الأساسية العادية نوع آخر من المرافق الاساسية السياحية وأهمها المطارات . فمن المسلم به انه لكى يمكن التوسع فى التنمية السياحية فى مصر فانه يجب المضى فى سياسة تحويل المطارات فى المناطق السياحيه الهامة الى مطارات دولية مثل مطار سانت كاترين ومطار شرم الشيخ ومطار الجورة ومطار النزهة ومطار مطروح بعد ان تم تحويل مطار الأقصر وأسوان والغردقة الى مطارات دولية . ويتلازم مع ذلك الاسراع نحو تحويل مطار غرب القاهرة الى مطار دولى تبادلى جديد لمدينة القاهرة ، والأسراع فى بناء مطار العامرية الجديد فى الساحل الشمالى .

ويسير مع كل ذلك فى نفس الركب اقرار سياسة التوسع فى رحلات الطيران العارض (التشارتر) الى المناطق السياحية الجديدة مثل البحر الأحمر وسيناء لجلب المزيد من اعداد السائحين بأسعار معقولة ووضع الضمانات لعدم تأثر حركة الركاب المنتظمة بذلك .

٦ ــ روتينية التنظيم السياحى وعدم ديناميكيته

أن التنظيم السياحى الرسمى فى مصر يتسم بالتقليدية والتعقيد وتسوده فى كثير من جوانبه روتينية تتنافر مع طبيعة السياحة .

فهو من ناحية تنظيم تقليدى ميكانيكى . ومن ناحية أخرى هو تنظيم معقد لا يساعد على اتخاذ القرار الفورى بعد الدراسة التى يستأهلها الموضوع الذى يصدر فيه القرار . **وهذا التنظيم الذى يصوره الشكل البيانى المعقد لابد من تعديله ليصبح قادرا على مواجهة الحساسية المفروضة والفعلية لحركة السياحة الدولية والداخلية بحساسية ومرونة فى اتخاذ القرارات تقوم على الاستجابة الفورية لمتغيرات السوق العالمية والسوق الداخلية . والمطلوب ان يصبح الاتجاه التسويقى Marketing Approach رائد هذا التنظيم بحيث يكيف ويتغلغل فى العمل السياحى الوطنى ليؤدى وظيفة ذات تركيب رباعى :**

— تشخيص واختبار الاسواق السياحية ذات الأولوية عن طريق البحوث وطرق التنبؤ العلمية .

— اقامة نظام اتصال وثيق مع هذه الاسواق يرفع من مستوى الصورة للسياحة لمصر .

— تنمية وتحسين مستويات المكونات المختلفة للمنتج السياحى المصرى لكى يتلاءم مع الطلب المتنبأ به والذى تم تحليله .

— رقابة تحقق النتائج وهو ما يعنى رد فعل مستمر يسمح بتقييم وقياس النتائج المتحققة .

وهذا الاتجاه التسويقى يرتب ضرورة التغيير الهيكلى فى وزارة السياحة وغيرها من الاجهزة الرسمية لكى تقوم على نظام من العلاقات والروابط التى تحدد الموارد المتاحة وتعبئتها وتديرها طبقاً لمبدأ الكفاية والفاعلية . **فاعادة التنظيم يقصد به قيامه على نظرية النظم Systems Theory حيث تصبح وزارة السياحة واجهزتها الاخرى خلية عضوية حية ديناميكية تتكامل مكوناتها وتتفاعل وتتداخل عناصرها لتكون نظام عمل متفاعل يعمل على تحقيق الاهداف الموضوعية مسبقا بناء على تحليل للطلب والعرض .**

٧ — هبوط مستوى الثروات السياحية كعناصر جذب

(أ) المناطق السياحية الاثرية

لاتزال السياحة فى مصر تعتمد اعتمادا يكاد يكون كليا — بالنسبة الى غير العرب — على الآثار .

وكان من اللازم لذلك ان تكون مناطقنا الاثرية — وهى كثيرة والحمد لله — فى المستوى اللائق بمكانتنا الحضارية فى العالم باعتبار ان مصر هى البلد الوحيد تقريبا فى هذا العالم الذى تتجمع فيه ست حلقات حضارية وهى النيوليثيك (آخر مراحل حضارة ما قبل التاريخ المدون) والفرعونية بمراحلها الثلاث التقليدية الدولة القديمة والوسطى والحديثة) والبطلمية والقبطية ، والاسلامية ثم الحديثة (مثل السد العالى) .

ولكننا اهملنا العناية الحقيقية بمناطقنا الآثرية فباتت تتدهور سنة بعد اخرى . ان ذلك اصبح مصدر شكوى من السائحين ، ويشمل هذا التقصير عدم اجراء أعمال الصيانة والترميم لنقص الميزانيات (ولعل ابلغ مثل على ذلك عدم اجراء ما يلزم من اعمال لاعادة اقامة معبد الاله حريشاف فى بنى سويف واعمدته ملقاه فى المياه الآسنه ومطمورة فى اكوام من القمامة) وعدم آجراء ما يلزم من حفريات

جديدة فى مناطق متعددة ، وعدم وضوح تنظيم متكامل لزيارات السائحين فى كل منطقة ، (وقد بدأنا برنامج دراسات علمية لذلك بالنسبة للاقصر بالاشتراك مع البنك الدولى) ، وعدم العناية بنظافة المناطق الأثرية المختلفة وقلة ما يتوفر فيها من خدمات وتسهيلات للسائحين ، فضلا عن مضايقات الجمالة والخيالة بالهرم وبغيرها من المناطق السياحية للسائحين وابتزاز أموالهم بشتى الوسائل .

وأخيرا فان مواعيد فتح المتاحف غير مناسبة لركاب الرحلات السريعة .

(ب) التلوث الجــوى :

ان التلوث الهوائى الذى نعيش فيه فى القاهرة كقاعدة سياحية لمصر يعتبر زائدا عن الحدود المقبولة .

وأسباب ذلك كثيرة منها نقص المناطق الخضراء فى وسط المدينة وضواحيها والتى تساهم فى تجديد الاكسجين ، وانتشار المصانع فى حلوان وشبرا الخيمة انتشارا واسعا دون اتخاذ ما يلزم من اجراءات لتخفيف ذلك عن طريق المصافى الالكترونية التى تحلل الغبار وتحوله الى سماد وتخرج الهواء نظيفا أو شبه نظيف.

بل ان مصانع كيما فى أسوان تنشر الغبار الأصفر فى الجو فى تلك المدينة السياحية الرائعة دون حرج .

اننا نتساءل لماذا استطاعت الدول السياحية المتقدمة ــ وهى دول صناعية كبرى ــ مثل فرنسا وايطاليا واسبانيا وبريطانيا وغيرها أن تعيش سنينا عديدة وتتقدم دون مشاكل التلوث الهوائى ؟ اننا نستطيع الاقتداء بما حققته من تقدم فى هذا المجــال .

(ج) تلوث ميــاه النيــل وشــواطئنا البحرية :

لقد اعتاد المواطنون القاء المياه المتخلفة عن منازلهم وبوجه خاص فى القرى فى النيل وفروعه فضلا عن صرف المجارى ومخلفات المصانع فيه . بل ان أشد من ذلك هو القاء القمامة والحيوانات النافقة فى مجــراه فى بعض الأحيان . ونتيجة كل ذلك هو مضاعفة جهد الحكومة فى تطهير المياه وتنقيتها عن طريق الكلور السائل وهو ما يغير فى كثير من الأحيان من طبيعية مياه الشرب ويجعلها غير صحية .

ولا شك ان ذلك كان سببا فى انتشار الشائعات بين السائحين والتحذير من شرب المياه العادية فى مصر لانها تسبب أمراضا للجهاز الهضمى وهذا وحده معوق من معوقات التنمية السياحية فى مصر . فيجب النظر الى كل ذلك بعين الجد الحاسم السريع ووضع ما يلزم من اجراءات كفيلة باصلاح ما فسد .

اما بالنسبة لتلوث الشواطىء البحرية عندنا فمن المسلم به ان علامات ذلك اصبحت ماثلة للعيان . فبقايا البترول من حقوله فى الساحل الشمالى وساحل

البحر الأحمر والذى تحمله التيارات البحرية ، وتنظيف السفن البترولية لخزانتها وتفريغ المياه بعد ذلك بما علق بهـا من بترول فى البحر ، وصرف مخلفات المدن كالاسكندرية فى البحر والقاء المواطنين للقاذورات فى البحر كل ذلك أدى ولا يزال يؤدى الى تلوث مياه البحر على الشـواطىء .

فكيف يمكن البدء فى اجراءات التنمية السياحية على هذه الشواطىء للدخول الى مجال المنافسة العالمية فى الساحة الكبرى للسياحة الترفيهية (وهى تشكل وحدها كما قلنا ٥٠٪ من حركة السياحة العالمية) وشواطئنا على هذا الحال ؟

الاعتداء على الحيـاة البحرية :

ان الشعب المرجانية فى البحر الأحمر وشواطىء سيناء الجنوبية هى ما يتميز به هذا البحر من جمال طبيعى يجعله عنصر جذب سياحى ضخم يجرى تكسـيرها والاعتداء عليها دون معيار ولا رابط من جانب المواطنين الصيادين نتيجة القـاء مخطاف المراكب واللنشات على الشعب المرجانية لتثبيته مراكب صيدهم أو عند الغطس لاستخراج سلالات الاسفنج أو تكسـير هذه الشعب لتصنيع الفازات والاباجورات لبيعها ... الخ .

ويتلازم مع كل ذلك ما يلى :

- صيد الأسماك النادرة الملونة التى تحتمى بهذه الشعب المرجانية كما هو الحال فى راس محمد بسيناء فى البحر الأحمر .
- الصيد باستخدام بنادق الماء (الهاربون) تحت الماء .
- صيد السـمك بالديناميت .
- الكشف عن البترول باستخدام المتفجرات .

ولذلك فان الأمر يقتضى الحسم والجدية ووضع التشريعات الهادفة الى حماية الحياة البحرية ، وتقوية جهاز شرطة المسطحات المائية لحماية هذه الحياة البحرية من التدمير .

٨ ـ معوقات مختلفة تؤثر سـلبيا على التنمية السـياحية فى مصر :

وهى مجموعة معوقات تمثل شتاتا يؤثر فى مجموعه على مرونة العمل السياحى فى مصر رغم ما قد يبدو من قلة أهمية كل منها عند النظر اليها نظرة مستقلة .

(أ) قصور الوعى السياحى لدى المواطنين الذين يتصلون بطريق أو بآخر بالسائحين الأجانب يقتضى البدء فى ارساء قواعد هذا الوعى لدى الأجيال الناشئة عن طريق دروس منتظمة فى المدارس الابتدائية والاعدادية والثانوية فضـلا عن نشر برامج توعية فعالة للشعب عن طريق وسـائل الاعلام والصحافة والأحزاب السـياسية .

(ب) عدم التسوية فى التيسيرات والاعفاءات بين المناطق السياحية المختلفة . فمن هذه المناطق ما لا يحتاج الى زيادة هذه التيسيرات والاعفاءات مثل المدن (القاهرة والاسكندرية) ؛ ومنها ما يحتاج الى زيادة هذه التيسيرات والاعفاءات كحافز هام على الاستثمار فى هذه المناطق الجديدة كالساحل الشمالى وساحل البحر الأحمر وسيناء وبحيرة السد العالى ، وهى مناطق تقتضى التنمية السياحية فى مصر وتشجيع مشروعاتها لدعم التوسع فى السياحة الترويحية . ولعل من أهم هذه التيسيرات اعطاء الأراضى اللازمة والمملوكة للدولة على سبيل الايجار لمدد طويلة بايجار رمزى كما تفعل كثير من الدول أو بيع الأراضى الصحراوية الخالية من المرافق بسعر رمزى كجنيه للمتر المربع الواحد .

اما الاعفاءات الضريبية والجمركية فيقتضى الأمر التوسع فيها على نحو ما جاء فى قانون الاستثمار رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٤ والذى تمتنع هيئة الاستثمار عن تطبيق ما جاء فى المادة ١٦ منه من زيادة اعفاءات بالنسبة الى مناطق التعمير الجديدة حتى مع موافقة مسبقة من وزير التعمير أو وزير السياحة .

(جـ)تعدد الجهات الاشرافية والتفتيشية على الفنادق من وزارة السياحة والتموين والصحة والعمل والداخلية فضلا عن المحليات ويقتضى ذلك توحيد هذه الجهات فى جهة واحدة هى وزارة السياحة بقدر الامكان .

وبهذه المناسبة يجب توجيه نظر مفتشى الصحة الى تحرير محاضر ضبط المواد غير المصنعة بالمنشآت السياحية ضد المنتجين لهذه المواد واعتبار صاحب المنشأة السياحية شاهدا لا متهما لانه لا علاقة له بهذه المواد ولا سبيل لديه للحكم عليها .

ويجب كذلك وقف تدخل مفتشى الأسعار بوزارة التموين فى التفتيش على الأسعار بالمنشآت السياحية لأن ذلك من اختصاص مفتشى وزارة السياحة .

وأخيرا يجب وقف ازدواج الضريبة على المشروبات الروحية المطبق بمحافظة الاسكندرية بوجه خاص دون سند قانونى .

(د) ان اجراءات منح تراخيص المنشآت السياحية طويلة ومعقدة أحيانا . فيجب العمل على تسهيل منحها فى التطبيق العلمى .

ومما يتصل بذلك وجوب تجديد عقود استغلال الكازينوهات المقامة على النيل وعلى الشواطىء والمملوكة للمحليات بتقرير نسبة زيادة مئوية تزيد على قيمة الايجار المقدرة فى بداية التعاقد طبقا لنتائج المزاد العلنى بشرط أن تكون الخدمات السياحية المؤداه فى مستوى مرض .

وهنا يجب التنبيه الى أن الخبرة السياحية شرط اساسى وحاسم فى هذا المجال وليس مجرد من يدفع ايجارا أعلى ممن لا خبرة لديهم وقد يسيئون لسمعة مصر السياحية بما يزيد كثيرا عن فارق الايجار .

(هـ) لم يصدر بعد قانون تنظيم صناعة ومحال بيع العاديات والسلع السياحية رغم اعداد مشروعه وتقديمه لوزارة العدل منذ وقت طويل مضى .

ولعل هذه الصناعة وترويج منتجاتها يمس سمعة مصر السياحية مساسا مباشرا حتى أنه يقتضى الاسراع فى اصدار القانون وقراراته التنفيذية لكى يمكن فرض الرقابة على هذا القطاع الهام من قطاعات العمل السياحى ، وتستطيع مصر الوقوف فى وجه المنافسة القوية فى هذا المجال من المغرب وتونس والأردن واسرائيل وقبرص .

ويرتبط بكل ذلك تسهيل **اجراءات تصدير الطرود الخاصة** بهذه المنتجات مع هيئة البريد ومصلحة الجمارك بما يحقق زيادة صادراتنا من العاديات والسلع السياحية ، وبالتالى زيادة موارد الدولة وحماية سمعتنا لدى السائحين أصحاب الطرود . **ويجب بالاضافة الى ذلك حل مشكلات استيراد الخامات اللازمة لهذه الصناعات وتوفير خاماتها الأولية فى السوق المحلى . وانشاء مركز تدريب للحرفيين فى مختلف هذه الصناعات ، والنظر فى تخفيف معاناة أصحاب العاديات والسلع السياحية بالنسبة لفرض ضريبة الاستهلاك على كل ما يوجد بالمحال من معروضات جلدية وعاجية وزجاجية وخشبية او موراتو علما بان تحصيل هذه الضريبة يتم فى المنبع عند استخدام هذه المواد فى التصنيع . وهذا كله ينعكس أثره على السائح** اذ تكون هذه المصنوعات أعلى سعرا من نظائرها فى الدول الأخرى المنافسة .

(و) يحتاج القطاع العام السياحى الى اعادة نظر كاملة ليس فقط من خلال مجهودات تطوير القطاع العام التى تسير فيها الحكومة فى الوقت الحاضر — وانما من خلال نظرة متفردة الى السياحة باعتبارها نشاطا ذا طبيعة خاصة أساسه التفاعل مع شعوب العالم المختلفة بشكل لابد أن يحدث فيه مقارنات بين تسهيلات وخدمات الدول السياحية المختلفة .

فهى نافذة حضارية لمصر يجب العمل على صيانتها ورفع مستواها .

وبالتالى فان ظروف العمل فى المنشآت السياحية التابعة للقطاع العام السياحى أو تحت ادارته تحتاج الى تحسين ورفع المستوى لتستطيع منافسة المنشآت التى تدار ادارة أجنبية . ففضلا عن رصد الاعتمادات الكافية للاحلال والتجديد كما قلنا آنفا فانه يجب العمل على وضع لائحة نوعية خاصة للعاملين بالقطاع العام السياحى بحيث يوجد الحافز الكافى للانتاج والرادع الذى يضمن الانضباط فى العمل والأداء .

(ز) ان الاحصاءات السياحية لاتزال فى بداية تطورها وتحتاج الى دفعة علمية وبحوث متطورة لتضعها تحت تصرف قادة العمل السياحى وخبرائه كأداة فعالة من أدوات التخطيط ووضع السياسة السياحية العلمية موضع التنفيذ .

وبهذه المناسبة فان ما تم من الاتفاق على ادارة بعض فنادق القطاع العام بواسطة شركات اجنبية يتطلب الحذر لأن فى ذلك قضاء على كل أمل فى تنمية المدرسة المصرية فى ادارة الفنادق ولأن الشركات التى ستقوم بادارة هذه الفنادق لا تتمتع بخبرة كافية فى الادارة ولا فى التسويق الدولى وليست لديها القدرة التمويلية الكافية لاجراء ما يلزم من احلال وتجديد للفنادق .

ونخص بالذكر فى ذلك احصاءات الدخل السياحى التى لاتزال تتعثر بين الطريقتين المعروفتين وهما الجهاز المصرفى الذى لا يمكن - فى الظروف الاقتصادية الراهنة ان يحيط بالدخل السياحى بالكامل ، وبين طريقة التقدير التى لا تسلك الوزارة والأجهزة الرسمية فيها حتى الآن سبيلا احصائيا متطوراً بصورة مقنعة بسلامة التقديرات وتحديد نسبة التسرب الى السوق . وهنا يحتاج الأمر الى نظرة موضوعية وتفرقة بين الدخل السياحى للحكومة على ضوء ما سيتقرر من السماح للبنوك بالتعامل فى النقد الاجنبى بالسعر الحر أو عدم السماح لها .

(هـ) عدم استجابة شركة مصر للطيران لطلبات تأكيد حجوزات الطيران الداخلى بالنسبة للمجموعات الوافدة من الخارج فى المواعيد المناسبة لمنظمى الرحلات الشاملة وشركات السياحة المصرية (قبل حضور المجموعة بشهر على الأقل) .

فضلا عن تعدد حوادث تأخير قيام الطائرات فى النقل الداخلى من مطارات الوجه القبلى بوجه خاص وترك المجموعات السياحية دون اخطار بالتأخيرات ودون الحد الادنى من الخدمات .

ثالثا - التوصيات الهادفة الى ازالة المعوقات :

١ - يجب تحديد مكانة السياحة بين القطاعات الاقتصادية الانتاجية فى الدولة والأولوية التى تتقرر لها على مستوى الدولة تحديدا واضحا مع الاعلان عن ضرورة تعاون الاجهزة الرسمية وغير الرسمية فى مصر لانتاج التعبئة السياحية العامة . وهذا التحديد لا يكون الا بقرار فوقى من السلطة السياسية للدولة لضمان احترامه .

٢ - يتعين أن يكون تخطيط التنمية السياحية فى مصر جزءا لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية لا على اساس ادراج مشروعاتها ضمن مشروعات الخطة العامة للدولة فحسب ولكن على أساس وضع فلسفة وسياسة التنمية السياحية ضمن اطار فلسفة وسياسة التنمية الاقتصادية فى مصر بوجه عام مع تحديد الدور الذى تلعبه الأولى والثانية والأولوية التى تتمتع بها داخل مجموعة القطاعات الانتاجية لأن ذلك يعكس فهما محددا لرسالتها ويترجم الى برامج محددة للقضاء على معوقاتها وازالة مشكلاتها .

٣ ـ **يجب تحديد هوية استراتيجية النمو السياحي القومي وهل هي استراتيجية النمو المتوازن المستمر أو النمو السريع الخطي الوثاب لان ذلك التحديد ينعكس بصورة واضحة على المجهودات التسويقية وأسلوب توجيهها الى الاسواق السياحية .**

٤ ـ اقرار السياسة السياحية الشاملة واعتبارها وثيقة ملزمة لوزارة السياحة ولكافة الوزارات والمحافظات والاجهزة الحكومية وغير الحكومية وسرعة تشكيل اللجان القومية لوضع الاستراتيجيات المتفرعة عن هذه السياسة السياحية كما هو وارد فيها حتى يمكن تعظيم العائد السياحي لمصر بعد اجراء الدراسات اللازمة للاسواق السياحية الخارجية الهامة وللطاقة الاستيعابية فى مناطق مصر المختلفة ومدى امكان تطويرها ومدى قدرة المرافق الاساسية على مواكبة النمو السياحي المستهدف ونوعية السائح المطلوب اختيارا بين الكم والكيف الانفاقى والسلوكى على ضوء اعتبارات الأمن الغذائي وسياسة الاستيراد والتصدير ، ومتوسطات الاقامة والانفاق اليومي الاصلي والثانوى المستهدفة ، والمصادر المادية والبشرية والفنية المخصصة للتسويق السياحي وللتدريب وللتوعية الشعبية وسياسة التسعير المثلى بالنسبة للسياحة الدولية والداخلية وغير ذلك .

٥ ـ التطوير المستمر للمنتج السياحي المصرى ورفع مستوى الصورة السياحية لمصر بعد التقييم الموضوعي للموارد والمقومات السياحية الأساسية وتحديد أوجه ضعفها وقوتها على ضوء تحليل الطلب السياحي وعنصر المنافسة الدولية .

٦ ـ تبسيط اجراءات الحدود وزيادة التسهيلات السياحية التى يتعين منحها للسائحين الافراد (لا يزالون يشكلون ٦٥ ٪ من حركة السياحة الى مصر) والمجموعات .

٧ ـ الاسراع فى ادخال تعديلات على التنظيم السياحي فى مصر لكي يصبح تنظيم وزارة السياحة والهيئات التابعة لها تنظيما عضويا يعمل كنظام ذى اتجاه تسويقى قادر على ملاحقة التطور السريع الخطى الحادث فى العلاقات السياحية على المستوى الدولى والقومى والمحلى ، والعمل بفعالية فى ادارة القطاع السياحي ويقتضى ذلك اختيار العناصر الصالحة وتدريبها تدريبا علميا وعمليا مستمرا ليعملوا فى اطار برامج مرنة بدلا من الادارات الجامدة .

٨ ـ ارساء أسس للتنمية السياحية فى مختلف المناطق السياحية فى مصر وبوجه خاص فى المجتمعات العمرانية الجديدة يتم بناء عليها التعاون الكامل بين

وزارتى السياحة والتعمير وبينهما وبين المحافظات المختلفة فى شأن بيع الاراضى اللازمة للمشروعات السياحية او تأجيرها لمدد طويلة بأسعار رمزية ، واجراء ما يلــزم نحو ادخال المرافق الاساســية لهــذه المشروعات بالتعاون مع المستثمرين ، وتسهيل اجراءات التراخيص اللازمة ، ووضــع سياســة اقتصادية وائتمانية مستقرة ومشجعة للمشروعات السياحية وبوجه خاص من ناحيه سعر الصرف واسعار الفائدة على القروض وغير ذلك .

٩ ــ وضع السياسة السعرية على أســاس اطلاق الحرية بقــدر الامكان لقطاع الاعمال السياحى فى اطار ميكانيكية العرض والطلب والمنافســة المشروعة مع وضع ضــوابط تحكم هذه الحرية وتضــمن عــدم انحرافها ــ وتقــوم هذه السياسة السعرية على العلاقة الثلاثية المتفاعلة بين عنصر التكلفة ومقتضيات السوق وعنصر المنافســة .

١٠ ــ بناء معدلات التنبؤ السياحى فى خطط وزارة السياحة على الطرق الاحصائية العلمية المســتخدمة فى الامد الطويل والاجــل المتوســط والقصير مع مقارنة نتائج التنبؤ على هذا النحو بما يخرج من دراسات التنبؤ الأخــرى كطريقــة دلفى وآراء الخبراء وغيرهما .

١١ ــ اعتبار التدريب السياحى عنصراً أساسياً لازماً من عناصر التنمية الســياحية ومقدمة ضرورية لتخريج قيادات القطــاع الســياحى وتكوين العاملين فيه . ويقتضى ذلك التوسع فى انشاء مراكز التدريب السياحى والفندقى المختلفــة المستويات والتخصصات بالعدد الذى يســتلزمه رفع مستوى الخدمات السياحية فى مصر . ويتلازم مع ذلك ضرورة التطوير المستمر لخطط ومقررات كليتى السياحة والفنادق بجامعتى حلوان والاسكندرية لتكون أكثر عمقاً وذات فاعلية فى تكوين جيل ســياحى متخصص جديد قادر على تحمل مســئولية التنمية السياحية فى مصر .

وقد يقتضى الأمر التوسع فى انشاء كليات جديدة للســياحة والفنادق لكى يمكنها تخريج اعداد كافية من السياحيين المتخصصين .

١٢ ــ اعادة تقييم العمالة الســياحية وتخطيطهــا وتوزيعهــا بصــورة تجعلها أكثر انتاجيــة وفعاليــة .

١٣ ــ التوسع فى نشر التوعية السياحية لدى الشعب بمختلف شرائحه الاجتماعية والمهنية عن طريق برامج مدروسة فى الاذاعة والتليفزيون والتركيز على حملات صحفية تبرز اهمية السياحة لمصر ولماذا يجب معاملة السائح معاملة كريمــة فضلا عن أهميــة ســياحة المواطنين داخل مصر فى تنميــة الثقافة النفســية وتقوية روح الانتماء الوطنى والمشاركة فى بناء مصر .

وبالاضافة الى ذلك يجب ادخال مادة السياحة ضمن المواد القومية فى المدارس الابتدائيـة والاعدادية والثانوية لاخـراج جيـل مصرى جديد يقدر اهمية السياحة فى بناء الوطن اقتصـاديا واجتماعيـا ونفسـيا وحضـاريا وسياسـيا .

١٤ ـ عقد المؤتمرات والندوات السياحية التى يشـترك فيها الوزراء والمحافظـون والمسئولون الحكوميـون وقطاع الاعمال السـياحى بصـفة دورية لتذليل الصعوبات والمشـكلات التى تعترض نمو السـياحة على المستوى القـومى وفى المحليـات .

١٥ ـ قيـام جهاز حماية البيئـة بمجلس الوزراء واكاديمية ومركز البحث العلمى بالجامعات وغيرها بالتعاون الوثيق لمقاومة التلوث بأنواعه ببرامج محددة وفى اطار زمنى مقبول وبخاصة فى مدينة القاهرة التى وصل فيها التلوث الى درجة تنظـر بالخطـر .

١٦ ـ دعم الامكانات المادية لهيئـة الآثار لكى يمكنها تطوير المناطق الاثرية القائمـة الى المسـتوى اللائق بمصر حضـاريا وسـياحيا وزيادة عدد المتاحف الاثرية الاقليمية والتوسع فى الحفريات والصيانة والترميم فى المناطق الاثرية الجديدة وزيادة حجم خدماتهـا السياحيـة وتعميق مساهمتها فى اثراء السـياحة فى مصـر .

١٧ ـ زيادة الاعتمادات المخصصة للتسويق السـياحى الخارجى فى ميزانية الهيئة المصرية للتنشيط السياحى الى نسـبة ١٠٪ مؤقتا من التحويلات السـياحية المصرفية ، مع دعم صندوق التنشيط السياحى الذى انشـاه الاتحاد المصرى للغرف السياحية ، وتشكيل مجلس استشارى للتسويق السياحى من خبراء السياحة المعترف بهم لمعاونة الهيئة فى برامجها التسويقية من خلال مكاتبها الخارجيـة ، وتوجيه ما يلزم توجيهه من اعتمادات للدراسـات السـياحية اللازمة ، مع ايجاد الصـلة العضوية بين هذا المجلس الاسـتشارى ومجلس ادارة الهيئـة .

١٨ ـ تركيز منـح التراخيص للمشروعات السـياحية والاشراف عليهـا فى وزارة السياحة مع دعم الوزارة بالكفاءات اللازمة التى تسـتطيع النهوض بالاعباء المختلفة الموكولة اليها .

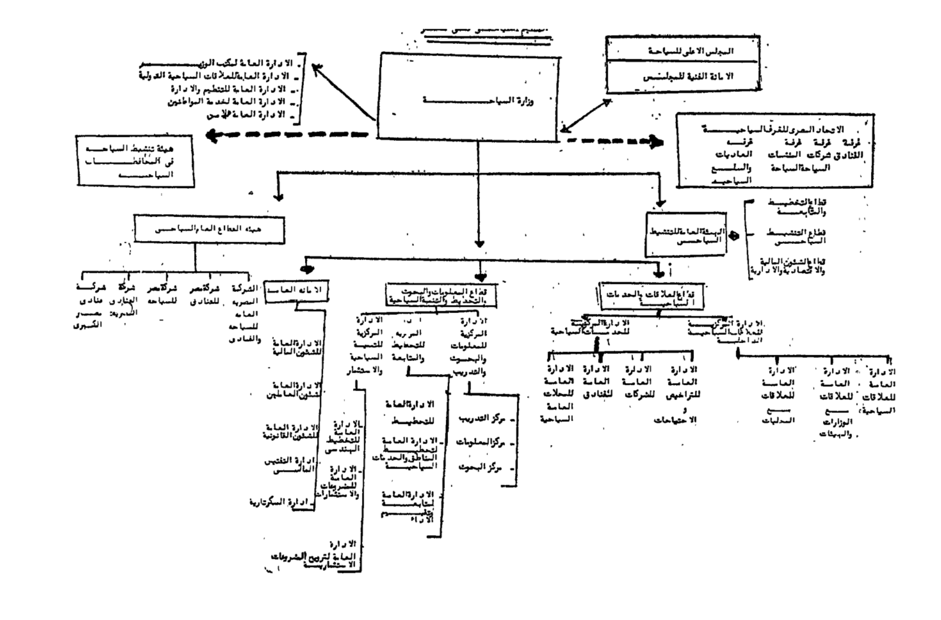
١٩ ـ اقناع مؤسسة مصر للطيران بضرورة تأكيد الحجوزات للطيران الداخلى فى مصر للسـائحين القادمين من الخارج قبل موعد الرحلة بشهر على الأقل مع ضرورة رفع مستوى خدماتها على الطائرات وفى المطارات عند تأخـير قيام الطائرات

لعطل فنى استثناء . وبالاضافة الى ذلك تشجيع الطيران العارض الى المناطق السياحية الجديدة .

٢٠ ـ دعم مجهودات المحافظات والسلطات المحلية فى القضاء على القمامة والقيام بحملة تطهير وتنظيف واسعة النطاق لمدن وقرى مصر وبوجه خاص السياحية منها انقاذا لصورة مصر ومعاونة لجهود الصحة الوقائية فيها مما ينعكس على السياحة .

٢١ ـ العمل على تخليص صناعة وتجارة العاديات والسلع السياحية مما يشوبها من صعوبات ويقتضى ذلك تشكيل لجنة من ممثلين عن غرفة العاديات والسلع السياحية واتحاد الصناعات ومصلحة الجمارك ووزارة الاقتصاد لوضع حدود لذلك تلتزم بها كافة الجهات الرسمية بعد موافقة المجلس الأعلى للسياحة عليها ، مع العمل على اصدار قانون العاديات والسلع السياحية .

□ □ □



وزارة السياحة
المجلس الاعلى للسياحة
الامانة الفنية للمجلس
- الادارة العامة لمكتب الوزير
- الادارة العامة للعلاقات السياحية الدولية
- الادارة العامة للتنظيم والادارة
- الادارة العامة لخدمة المواطنين
- الادارة العامة للأمن
هيئة تنشيط السياحة في المحافظات السياحية
الاتحاد المصرى للغرف السياحية
غرفة الفنادق
غرفة شركات السياحة
غرفة المنشآت السياحية
غرفة العاديات والسلع السياحية
هيئة القطاع العام السياحي
الشركة المصرية العامة للسياحة والفنادق
شركة مصر للفنادق
شركة مصر للسياحة
شركة الفنادق المصرية
شركة فنادق مصر الكبرى
الامانة العامة
الادارة العامة للشئون المالية
الادارة العامة لشئون العاملين
الادارة العامة للشئون القانونية
ادارة التفتيش المالي
ادارة السكرتارية
قطاع المعلومات والبحوث والتخطيط والتنمية السياحية
الادارة المركزية للتنمية السياحية والاستثمار
الادارة العامة للتخطيط الهندسي
الادارة العامة للمشروعات والاستثمارات
الادارة العامة لترويج المشروعات الاستثمارية
الادارة المركزية للتخطيط والمتابعة
الادارة العامة للتخطيط
الادارة العامة لتخطيط المناطق والخدمات السياحية
الادارة العامة لمتابعة وتقويم الاداء
الادارة المركزية للمعلومات والبحوث والتدريب
- مركز التدريب
- مركز المعلومات
- مركز البحوث
قطاع العلاقات والخدمات السياحية
الادارة المركزية للخدمات السياحية
الادارة العامة للتراخيص والاحتياجات
الادارة العامة للشركات
الادارة العامة للفنادق
الادارة العامة للمحلات العامة السياحية
الادارة المركزية للعلاقات السياحية الداخلية
الادارة العامة للعلاقات السياحية
الادارة العامة للعلاقات مع الوزارات والهيئات
الادارة العامة للعلاقات مع المحليات
الهيئة العامة للتنشيط السياحي
قطاع التخطيط والمتابعة
قطاع التنشيط السياحي
قطاع الشئون المالية والاقتصادية والادارية

الفصل الثانى

اقتراحات لعلاج معوقات التنمية السياحية

لما كانت القوانين الحاكمة لحركة السياحة الدولية هى :

- اعداد السائحين من الجهات المصدرة للسياحة (س)
- معامل المرونة فى اتجاهاتهم (م) وعادة رقم عدد ى
- المسافة التى تفصل بين مصدر السائحين ومصر (ف)
- التكلفة . (ك)
- مستوى الخدمات السياحية . (خ)
- طرق التسويق السياحى . (تس)
- المنافسة الدولية (نف)
- الصورة السياحية بوجه عام . (ص)

فان حصيلة الحركة السياحية الى مصر يمكن ان تكون وليدة المعادلة الآتية :

$$\frac{\text{س} \times \text{م}}{\text{ف} \times \text{م}} \times \frac{\text{خ} \times \text{تس} \times \text{ص}}{\text{ن ف}}$$

وأى تنبؤ سياحى لا يقوم على دراسة هذه القوانين الحاكمة واجراء الدراسات الميدانية الكاملة ثم تطبيق القواعد الاحصائية لا يمكن اعتباره تنبوءا علميا وانما نوع من الامل غير المعزز بدليل قوى .

وبامعان النظر فى هذه القوانين السائدة فى الاوقات العادية دون ادخال اية اعتبارات استثنائية فى الحسبان ، يبين بجلاء ان السياحة الدولية الى مصر لايزال امامها طريق طويل للتقدم لتكون اداة تنمية اقتصادية واجتماعية فعالة .

ونعرض فيما يلى لاقترحات منفصلة لعلاج معوقات التنمية السياحية وهى بذاتها أسس لازمة للتنمية السياحية المتوازنة .

أولا : اسس دعم صناعة السياحة بوجه عام : (١)

١ ــ لما كانت السياحة صناعة مركبة من عدة عناصر تتداخل لتكوين نشاطات انتاجية متعددة كصناعة الفندقة وصناعة التذكارات والعاديات السياحية وصناعة النقل ونشاط شركات السياحة . كل ذلك الى جانب الصناعات

---

(١) راجع كتابنا السياحة الدولية ــ المرجع السابق ص ٤٤٥ وما بعدها طبعة ١٩٨٦ .

المستقبلة الاخرى التى تساعد تنمية السياحة على ايجادها وتوسيع قاعدتها كنشاط شركات البناء والتشييد وصناعة الاثاث وصناعة التكييف وصناعة آلات وأدوات ومهمات المطابخ والمغاسل .. الخ . فانه لابد لتنميتها من التخطيط العلمى السليم حتى لا يترتب على تنميتها عشوائيا أى اضرار بالاقتصاد القومى .

الأولى ـ مرحلة الامد القصير (١٩٨٨ ـ ١٩٩١) :

وفى هذه المرحلة يجب التركيز على رفع مستوى المرافق العامة ووسائط النقل العام ، وتطبيق قوانين وقواعد الانضباط تماما لتوفير النظام فى المدن السياحية ، والاهتمام بالنظافة اهتماما بالغا وخاصة فى مدينة القاهرة والمناطق السياحية التقليدية مثل الجيزة والمنيا والاقصر واسوان ، والاكثار من المناطق الخضراء فى المدن ومنع البناء على الاراضى الزراعية الا فى الحدود التى يسمح بها القانون ، وكذلك الاهتمام بنهر النيل كعنصر جذب سياحى وشريان هام من شرايين الحياة المصرية اهتماما ينعكس أثره على تدعيم جسوره ونظافتها وتعميق مجراه الملاحى لسلامة مرور البواخر السياحية وتطبيق قواعد الامن على هذه البواخر السياحية التى تسير فيه عن طريق التصريح لها باستخدام اللاسلكى ومنعها من صرف مخلفاتها فى النيل لوضع حد للتلوث ... الخ .

وفضلا عما تقدم فانه يجب اعادة النظر فى خطة المنشآت الفندقية وتوزيعها على الدرجات والمناطق السياحية المختلفة حتى لا يحدث تنمية زائدة تؤدى الى نتائج عكسية . كل ذلك سبيله البحوث والدراسات العلمية والعملية التطبيقية التى تتفرع عن عملية وضع أهداف محددة وواقعية . وفى هذه المرحلة يتعين وضع دراسة عاجلة لوضع ضوابط التنمية فى هذا الامد القصير بحيث تؤدى مرونة هذه الضوابط الى اتساق هذه المرحلة مع المرحلة التالية وهى مرحلة الاجل الطويل حتى سنة ٢٠٠٠ .

الثانيـة ـ مرحلة الأجل الطويل (١٩٩١ ـ ٢٠٠٠) :

وهنا يجب التركيز على وضع خطة سياحية شاملة بمعناها الكامل تندرج تحتها خطط تنمية سياحية اقليمية وقطاعية فنية منها خطة لتطوير المنتج السياحى وخطة تسهيلات سياحية وخطة تسويق سياحى متكامل ... الخ .

ويمكن ان تسير هذه الخطة فى اتجاهات متعددة مثل :

١ ـ تنفيذ المرحلة الاولى التى تمثل نقطة انطلاق نحو تحقيق الاهداف السياحية المتوخاة وتوفير كافة المقومات اللازمة لنجاح المعدلات المفروضة للتنمية .

٢ ــ بناء الخطة السياحية المتكاملة على ما تم من دراسات عديدة قومية واقليمية وتبنى ما يصلح من توصياتها بعد اجراء تقييم كامل لهذه الدراسات بمعرفة لجنة من خبراء السياحة العلميين .

٣ ــ وضع أولويات لتنفيذ المشروعات السياحية فى المناطق المختلفة حتى تتم التنمية طبقا لقواعد وضوابط تؤدى بالضرورة الى تحقيق الاهداف القومية والاقليمية .

٤ ــ العمل على ضمان الكفاءة وسرعة التحرك فى جهاز السياحية الرسمى (وزارة السياحة) عن طريق توصيف الوظائف توصيفا علميا وفنيا ووضع معدلات اداء وتدعيم الرقابة على الاداء ووضع نظام للمكافآت والحوافز الايجابية والسلبية لامكان تحقيق افضل النتائج .

وفى هذا الخصوص يجب ان يعاد تنظيم الوزارة تنظيما غير تقليدى يتفق مع طبيعة العمل السياحى والسرعة الواجب توافرها فى علاقاته ، ويمكن ان يستعان بتنظيمات اجهزة السياحة الرسمية فى دول العالم المتقدمة مثل ايطاليا واسبانيا والمملكة المتحدة وفرنسا .

٥ ــ وضع نظام لتشجيع الاستثمار السياحى فى المناطق والمجتمعات الجديدة كساحل البحر الاحمر والساحل الشمالى وسيناء بحيث يقوم على منح الارض بايجار اسمى لعدة سنوات ثم البدء فى دفع قيمتها بأسعار وعلى آجال مناسبة سواء على سبيل الملكية الكاملة او حق الانتفاع لعدد من السنوات او على سبيل الايجار لمدة طويلة . وفى هذا الشأن يجب تنويع الحوافز والاعفاءات والمزايا الممنوحة للمستثمرين فى مختلف المشروعات السياحية مع اعطاء الاولوية فى ذلك لمناطق التعمير الجديدة وانواع محددة من المشروعات .

٦ ــ اعتبار السياحة نشاطا قوميا يخضع لاعتبارات عامة متكاملة وعدم السماح للمحافظات بالتدخل فى النشاط السياحى الا ما يتصل بالاعتبارات المحلية فقط .. وفى هذا الصدد يجب وضع ضوابط وحدود لاختصاص كل جهة من الجهات الرسمية حتى لا تتضارب الاختصاصات كما هو حاصل فى الوقت الحاضر .

٧ ــ دعم قطاع السياحة ماليا للقيام بالدراسات الاقتصادية والتخطيطية اللازمة على طريق المكاتب الاستشارية المتخصصة المصرية مع استعانتها بالخبراء الاجانب كلما دعت الحاجة الى ذلك .

٨ ــ تنمية الوعى السياحى لدى الشعب لامكان مساندة الجهود المبذولة لتنمية السياحة .

٩ ـ الاهتمام بتنظيم السياحة الداخلية تنظيما من شأنه توسيع قاعدتها وتسهيل قيام مختلف الطبقات بها باعتبارها سبيلا فعالا من سبل التثقيف ورفع مستوى الانتماء الوطني ، فضلا عن كونها القاعدة الاساسية للسياحة الدولية .

١٠ ـ الاهتمام بتخطيط الاستفادة من كافة نوعيات السياحة المتخصصة من سياحة المؤتمرات والسياحة العلاجية والسياحة الدينية والسياحة الترفيهية وسياحة الشباب ... الخ وتوزيع هذه الانواع من السياحات على مناطق مصر المختلفة وعلى فترات مختلفة خلال العام لتعميم المد السياحي في مختلف مناطق الجمهورية وطوال العام .

١١ ـ تعميق الدراسات الاحصائية السياحية ووضع قواعد محكمة لتنسيق العمل بين احصاءات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء والاحصاءات التي تخرج بها وزارة السياحة من دراستها . ويتعين كذلك توسيع قاعدة الاحصاء السياحي لتشمل دراسات سياحية ميدانية دورية لاستخراج متوسطات الانفاق السياحي لكل جنسية ولمجموعة الجنسيات المتناسقة ولمجموع السائحين ولتحديد القيمة الصافية والقيمة المضافة للسياحة في الاقتصاد القومي .

١٢ ـ بعد اعادة تشكيل المجلس الاعلى للسياحة بالقرار الجمهوري رقم ٢٢٦ لسنة ١٩٨٥ يجب وضع خطة عمل محكمة لكي يصبح اداة فعالة للتنسيق بين جهود مختلف الجهات الرسمية وغير الرسمية التي يتداخل عملها في صناعة السياحة وليكون الوسيلة الرئيسية من وسائل الرقابة على تنفيذ الخطة السياحية القومية على استقلال من تتابع وزراء السياحة على اختلاف نظراتهم وسياساتهم . ويجب كذلك ضمان عدم الازدواج بين عمل المجلس القومي للانتاج والمجلس الاعلى للسياحة في شأن السياحة بحيث يكون المجلس القومي للانتاج والشئون الاقتصادية هيئة تخطيطية عليا والمجلس الاعلى للسياحة مجلس تنسيق الخدمات السياحية ومراقبة تنفيذ الخطة السياحيه الموضوعة .

ثانيا ـ اسس تطوير التسويق السياحي :

لم تعد السياحة الحديثة مجالا للتنشيط كأسلوب واتجاه تقليدي وانما اصبحت تخضع للمكونات السبع للمزيج التسويقي والذي يتبر في ضرورة تعميم الاخذ به فلسفة شاملة للتنمية السياحية . وهذه المكونات السبع هي المنتج السياحي وسياسة تطويره ـ تسعير الخدمات السياحية ـ التنشيط المتوازن مع

تطور المنتج وسياسته السعرية ـ الافراد كمصدر للثروة البشرية ـ قنوات التوزيع ـ والسوق السياحى ـ وبحوث دراسات التسويق .

ونرى ان الاسس الرئيسية لتطوير التسويق السياحى تنحصر فيما يلى :

١ ـ دراسة الاسواق السياحية الدولية دراسة تفصيلية شاملة بما يمكن من إعادة النظر فى سياسة التنشيط السياحى لمصر فى مختلف هذه الاسواق كما وكيفا . وتهدف هذه الدراسات الى تحديد القوى الحاكمة لكل سوق واتجاهات حركة السياحة من كل منها وحجم هذه الحركة ودوافع السفر الى مختلف الدول والمناطق السياحية المزارة كما يجب تقسيم هذه الاسواق الى اسواق أولية واسواق ثانوية واسواق محتملة بناء على معايير محددة واعتبارات الوزن النسبى المسلم بها وتعميق سبل الحصول على معلومات مستمرة من كل من هذه الاسواق لوضع سياسة تسويقية مرنة تغذيها بحوث ومعلومات ترد بصورة مستمرة يقصد منها زيادة النصيب السوقى لمصر من كل من هذه الاسواق .

كما يجب التركيز على الاسواق السياحية السلوكية الى جانب الاسواق الجغرافية .

٢ ـ استخدام المعلومات السوقية المتوفرة وفقا لما سبق فى التطوير المستمر للمنتج السياحى المصرى سواء المنتج السياحى التقليدى وهو المعالم الأثرية الفرعونية والبطلمية والرومانية والقبطية والاسلامية أو المنتج السياحى الجديد وهو المناطق الجديدة للسياحة الترويحية كالساحل الشمالى وساحل البحر الاحمر وسيناء وغيرها .

٣ ـ يتعين ان تقوم دراسات التسويق وبحوثه على النقاط التالية :

- بحوث الصورة السياحية لمصر .
- دراسات لاعتبارات قرار السفر .
- بحوث الدوافع وردود الفعل لدى السائحين .
- القياس العلمى لمدى فعالية التنشيط السياحى لمصر .
- بحوث المنتج السياحى وامكانيات تطويره ليتواءم مع متطلبات الاسواق السياحية .

٤ ـ يجب أن تتغيا استراتيجية التسويق السياحى تحقيق مضاعفة العائد السياحى نتيجة رفع مستوى نوعية السائح الى الاكثر قدرة على الانفاق المرتفع مع زيادة معدل الاقامة . ويتضمن ذلك :

- العمل تدريجيا على توسيع قاعدة السياحة بزيادة عدد السائحين من النوعية المتميزة وزيادة عدد الليالى ومعدلات الانفاق اليومى .

— توسيع قاعدة العلاقات مع شركات السياحة العالمية من منظمى الرحلات الجماعية المؤثرة فى الاسواق السياحية لضمان تنوع وتفريد النشاط السياحى .

— بذل الجهود المضاعفة لعدد السائحين من الدول العربية .

— تحقيق التوازن بين التسهيلات السياحية وبين ضمان حد معقول من الدخل السياحى الاجمالى بالعملات الحرة .

— الاستخدام الامثل الفعال للميزانية الرسمية للتسويق السياحى ورفعها تدريجيا فى الاسواق السياحية الهامة .

٥ — يجب ان تنسق الجهود التسويقية فى كل واحد متكامل يضم وافدا مستمرا من المعلومات عن مختلف الاسواق ووضع استراتيجية علمية مرنة متوازنة تساعد ايجابيا على تحقيق اهداف التنمية السياحية .

٦ — اعادة النظر فى مهام وتراكيب المكاتب السياحية المصرية فى الخارج لوضع استراتيجيه عمل لكل منها تتفق مع ما سبق ذكره ، وتدعيمها بالكفاءات مع وضع نظام محكم للرقابة مع الالتزام بايصال المعلومات السياحة المحلية من مصر واليها بصورة منتظمة وكافية وانشاء المعهد السياحى بالوزارة لتأهيل المرشحين للعمل فى المكاتب السياحية الخارجية والداخلية .

٧ — دعم ميزانية التسويق السياحى لمصر فى الخارج على ضوء ما تقدم مع ضمان رقابة الاستخدام الامثل لها دون بيروقراطية .

ثالثا — اسس رفع مستوى الخدمات السياحية فى مصر :

١ — يجب تحقيق التنسيق الكامل بين مجالات عمل الوزارات المختلفة والمحافظات فى مجال النشاط السياحى .

فالمناطق السياحية الاثرية وهى عنصر الجذب السياحى الرئيسى لمصر تتبع هيئة الآثار المصرية التى تتبع وزارة الثقافة .

والمناطق السياحية الجديدة وهى عنصر اضافى من عناصر الجذب يمكن استغلاله لتطوير وتوسيع قاعدة السياحة الترويحية تتبع اساسا وزارة التعمير وهيئة المجتمعات العمرانية الجديدة .

وهى فى ذات الوقت تابعة للمحافظات المختلفة كل فى دائرة اختصاصه

والنقل السياحى النهرى يخضع فى الترخيص به لوزارة الرى .

وميناء الاسكندرية (محطة الركاب البحرية) تخضع لوزارة النقل .. الخ . وفضلا عن ذلك فان اعمال المرافق العامة اللازمة للمناطق السياحية

المختلفة من مشروعات ميـاه وكهرباء وصرف صحى وطرق وغير ذلك كلها لا تتصل ولا يتصور ان تتصل بوزارة السياحة .

ولذلك اصبح من اللازم وضـع ضوابط للتنسيق المطلوب تحقيقه فى هذا الشأن بين وزارة السياحة المسئولة عن التنمية السياحية وغيرها من الوزارات والمحافظات لامكان تحقيق اهداف خطة التنمية المطلوبة .

٢ ــ احكام رقابة وزارة السياحة على البرامج السـياحية لشركات السـياحة ومكوناتها واسعارها وكيفية تنفيذها حتى يمكن تخفيض مصادر الشكوى من جانب السائحين الى الحد الادنى .

٣ ــ احكام رقابة وزارة السياحة على الخـدمات الفنـدقية وخـدمات المطاعم والملاهى وغيرها من المنشآت السياحية لضمان تحقيق الخـدمات المطلوبة بالمستوى الممنوح للمنشآت السياحية . وتطبيق نصـوص القوانين فيما تسمح به من انزال الدرجة السـياحية للمنشـآت كجزاء عند عدم تحقق المستوى الممنوح .

ويلزم لتحقيق ذلك التأكد من مستوى الخبرة والمعلومات الفنية لدى القائمين على هـذه الرقابة عن طريق دورات تدريبية عالية المسـتوى لهم وتصفيتهم عن طريق اختبارات مستمرة .

٤ ــ تأمين وسائل النقل النهرى (البواخر السياحية) ــ بعدما وقع من حوادث متعددة ــ عن طريق التشدد فى منح التراخيص بها الا بعـد اسـتيفاء كافة الشروط ، وكذلك ضرورة توفير اللاسلكى المركزى فى كل محـافظة مجهـز بوسائل الانقاذ المختلفة .

٥ ــ التشدد فى رقابة نظافة وحسن تنظيم المناطق السـياحية وتوفير وسـائل الخدمات الاجتماعية فى هذه المناطق بقدر يسمح بعدم تكدس السائحين فى طوابير للانتظار امام دورات المياه فى البر الغربى للاقصر .

٦ ــ الاهتمام بانشاء وتوسـيع شـبكة الطرق البرية وصـيانتها مع تزويدها باللافتات الارشادية بالصورة المصطلح عليها دوليا باللغات العربية والأجنبية وانشاء الاستراحات ومحطات الوقود للسيارات على جوانب هذه الطرق . ثم التوسع فى طبع الخرائط السـياحية لمختلف المناطق .

٧ ــ التوسع فى انشاء المتاحف الاقليمية على نسق متحف الاقصر .

٨ ــ الاهتمام بالقوى العاملة فى مجال السياحة سواء فى اجهزتها الرسمية او غير الرسمية وذلك عن طريق التشدد فى الاختبار وعقـد الدورات التـدريبية

المستمرة لتنمية الجوانب العلمية والعملية والسلوكية لهم. وفضلا عن ذلك فانه يجب التوسع فى انشاء مراكز التدريب السياحى والفندقى المتعدد المستويات لتدريب العمالة الاساسية والمشرفين والمديرين ليصل عددها الى خمسة عشر مركزا عاملا على الاقل . وبالاضافة الى ذلك فانه يجب :

- التوسع فى عقد الندوات والمحاضرات بمستوياتها المختلفة .
- وتعميق تعليم اللغات الاجنبية لكى يجيدها جميع العاملين بالقطاع السياحى
- عقد دورات تدريبية سريعة لتخريج العمالة الاساسية المدربة مثل عامل البار والسفرجى والطباخ والنجار والميكانيكى ... الخ .
- ادخال مادة السياحة فى كليات التجارة والآثار والاعلام والشرطة ومعاهد تدريب موظفى الجمارك .

٩ ـ تحديد اسعار الفنادق واماكن الاقامة والخدمات السياحية المختلفة على اساس كافة الظروف والمتغيرات التى تدخل فى تكوين النشاط السياحى فى مصر . ويتم تحديد الاسعار الفندقية على اساس دراسة شاملة تقوم بها اللجنة التى ينص عليها القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٧ بشأن المنشآت الفندقية على ان تدخل فى اعتبارها عدة عناصر منها عنصر التكلفة وحجم السوق وعنصر المنافسة وموقع الفندق ومصروفات التشغيل . ويجدر فى هذا الشأن النظر فى تعديل احكام القانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ بما يوجب على كافة الفنادق والمحال العامة ان تتقدم بأسعارها الجديدة لوزارة السياحة فى شهر اكتوبر من كل عام على ان يتم اعتماد الاسعار النهائية وتبلغ لهذه المنشآت خلال شهر نوفمبر فى بدء الموسم السياحى الجديد حتى يمكن لهذه المنشآت ابلاغها لشركات السياحة الدولية والمصرية قبل ترتيب برامجها بسنة كاملة .

١٠ ـ الاتفاق مع شركة مصر للطيران على تشجيع سياحة المجموعات السياحية والمساهمة فى انشاء شركة جديدة للطيران العارض فى مصر لامكان المساهمة فى نقل الافواج السياحية بأسعار مناسبة تقل كثيرا عن اسعار النقل الجوى المنتظم التى تتزايد بصورة مستمرة بشروط معينة تحقق صالح السياحة المصرية فيما يتعلق بنوعية السائح وصالح الشركة الوطنية .

الباب الثامن

السياسة السياحية الشاملة لمصر

أولا — معنى السياسة السياحية القومية :

١ — مقـــدمة

بدأ استخدام اصطلاح « السياسة القومية » أخيرا منذ عدة سنوات فى عديد من الدول ســـواء المتقدمة أو النامية بواســطة السلطات الحكومية والشـعبية والسياسيين ورجال الاعمال السياحيين .

وقد تبنى بعض خبراء السياحة العلميين هذه الدعوة منذ حوالى خمس عشرة سنة (١) الى ضرورة إرساء دعائم السياسة السياحية القومية فى كل دولة تهـــدف الى تنمية صناعة السياحة فيها وتتفرع عنها استراتيجيات وخطط هذه التنمية ضمن اطار التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة .

وقد فهم هذا الاصطلاح « السياسة السياحية » على انه إطار العمل الأساسى للأجهزة الرسمية وغير الرسمية فى الدولة للنهوض بالســياحة والتقدم بها لتحقيق الاهداف القوميـــة المتوخاة منها كقطاع انتاجى وخـــدمى هام . وبمعنى آخر أكثر تحديدا ، فان السياسة السياحية هى السياسة التى تنتهجها مختلف أجهزة اتخاذ القرارات التى تعمل فى اطار نظام اقتصادى واجتماعى معين .

ولهذا فانه لا يجب الاقتصار فى فهم السياســـة السياحية على أنها مجـرد اطار عام يتضمن السبيل الفعال الذى يمكن للسياحة أن تساهم به فى تنمية وتقـدم الدولة ، بل يجب النظر اليها من زاوية علمية تختلف عن زاوية مساهمتها فى التنمية الاقتصادية الشاملة على أساس أنها تتضمن مجموعة القواعد والمبادىء العلمية التى يهدى اتباعها وتبنيها الى تحقيق الاهداف المرسومة وبوجه خاص وضع برنامج علمى لكى يسير العمل السياحى فى الدولة على نهج سليم يرتب النتائج الايجابية المرغوبة ويتفادى النتائج الســلبية للتنميـــة الســياحية وهو أمر لا يمكن تحقيقـــه الا عن طريق العلم .

---

(١) راجـــع بحثنا « اعتبـارات فى التخطيط السياحى » مارس ١٩٧٠ مطبـــوع كتيب وكذلك بحثنا « مقدمة لنظرية السياحة » منشور فى أبحاث الاتحاد الدولى للمنظمات السياحية الرسمية والذى أصبح منظمة الســـياحة العالمية منذ عام ١٩٧٥) العـــدد الثانى ١٩٧١ ، وبحث الاســـتاذ الدكتور البرتو سيسا فى دوريات الابحـــاث الســـياحية عدد مايو / اغسطس ١٩٧٦ ص ٢٢٥ .

٢ ـ السياسة الاقتصادية والسياسة السياحية :

حتى عهد قريب كانت السياسة الاقتصادية للدولة تعنى مختلف الاشكال والجوانب لتدخل الدولة فى العلاقات الاقتصادية السائدة فى المجتمع . وبمعنى آخر كانت السياسة الاقتصادية قاصرة على بحث منظم فى العمل الحكومى وتجاهلت ضمنيا نتائج العمل الذى تقوم به اجهزة اقتصادية أخرى قومية ودولية ، عامة وخاصة وتفسير اتجاه السياسة الاقتصادية للدول فى العشرين سنة الاخيرة ليكون محلا للبحث الشامل فى تراكيب الاقتصاد القومى وعدم الاقتصار على الحقيقة التاريخية المتعلقة بتدخل الدولة فى الاقتصاد . وبهذه الطريقة لاتزال توجد ثغرة يجب ملؤها تتعلق بتحديد الادوار المختلفة للأجهزة القائمة وللقطاعين العام والخاص فى تحقيق التنمية الاقتصادية ، وبيان الظروف الواقعية التى تحكم اقتصادا بعينه تتوفر فيه مراكز لاتخاذ القرارات جنبا الى جنب مع السلطات الحكومية .

وبتطبيق ما سبق من أفكار على قطاع السياحة ، يبين انه يتعين أن يكون للدولة أيا كان شكلها الدستورى ونظامها السياسى ، والاقتصادى ، سياسة سياحية شاملة ملزمة مثلها فى ذلك مثل السياسة المالية ، وسياسة الاشغال العامة ، وسياسة النقل والسياسة التجارية .

فالسياحة كنشاط أساسى من الانشطة الاقتصادية لا يمكن تجاهلها ضمن مكونات السياسة الاقتصادية للدولة بل تعطيها بعض الدول أولوية فى هذه المكونات .

فرغم ان السياسة السياحية تنتمى الى القطاع الاقتصادى فان ظاهرة السياحة ستظل دائما مجالا مفتوحا تتداخل فيه عناصر متشابكة ، فالعوامل الاجتماعية والثقافية تؤثر على السياحة تماما كما تؤثر عليها العوامل الاقتصادية . ولذلك لا يمكن تجاهل كافة هذه العوامل عند وضع السياسة السياحية للدولة .

فالنشاط السياحى طالما يتكون من عدة أنشطة انتاجية وخدمية ، فانه يكون بالطبيعة متفاعلا مع كافة النشاطات الاقتصادية للدولة ولا شك ان تنميتها تنعكس بالفائدة على الاقتصاد القومى ككل . وكذلك فانه يعكس آثارا ايجابية أو سلبية بالضرورة على الحياة الاجتماعية والثقافية للمجتمع . **ولذلك يجب ان تكون السياسة السياحية شاملة فى مضمونها .**

٣ ـ مكونات السياسة السياحية الشاملة :

والسياسة السياحية الشاملة يجب أن تتضمن بادىء ذى بدء الأهداف القومية للتنمية السياحية سواء اكانت اهدافا اقتصادية أم اهدافا اجتماعية وثقافية وسياسية أم اهدافا بيئية أم اهدافا سياحية فنية . ثم يجب ان تتضمن السياسة السياحية الشاملة بعد ذلك اساليب تحقيق هذه الاهداف عن طريق (١) تبنى التخطيط والتنظيم وتطوير المنتج السياحى (٢) التسويق السياحى المتكامل ،

(٣) تنمية الوعى السياحى والسياحة الداخلية ، (٤) تنمية موارد الثروة البشرية ، (٥) تنمية الموارد والخدمات السياحية .

وقد اهتمت دول سياحية كثيرة بوضع سياسة سياحية شاملة ملزمة حتى أن الولايات المتحدة الامريكية أصدرت قانونا فيدراليا بهذه السياسة فى شهر أكتوبر عام ١٩٨١ . وقام عدد من الولايات كذلك باصدار قوانين مماثلة مثل هاواى وفلوريدا وكلورادو وغيرها .

وقد تضمنت السياسة السياحية الامريكية الفيدرالية عدة أهداف منها :

١ — رفع مستوى مساهمة صناعة السياحة والترفيه فى الرخاء الاقتصادى والعمالة الكاملة وميزان المدفوعات الامريكى .

٢ — اتاحة فرص الاستفادة من فوائد السياحة والترفيه فى الولايات المتحدة لجميع المقيمين فى الولايات المتحدة وفى الدول الاجنبية وضمان تمتع الاجيال المستقبلة بالموارد السياحية والترفيهية .

٣ — المساهمة فى النمو الذاتى والصحة والتعليم وتذوق الجوانب الثقافية والجغرافية والتاريخية والعرقية للولايات المتحدة .

٤ — تشجيع دخول الاشخاص المسافرين الى الولايات المتحدة من أجل العمل على زيادة أواصر التفاهم الدولى والصداقة بما لا يتعارض مع قوانين الهجرة وقوانين حماية الصحة العامة وقوانين الاستيراد .

٥ — القضاء على حواجز التجارة غير المبررة المتعلقة بصناعة السياحة الدولية .

٦ — تشجيع المنافسة فى صناعة السياحة وافساح الطريق امام اختيار المستهلكين عن طريق اتاحة الفرص المستمرة لقطاع السفر والسياحة سواء من وكالات السفر أو منظمى الرحلات الشاملة .

٧ — العمل على التنمية المستمرة واتاحة طرق الدفع الشخصية المختلفة التى تكفل تسهيل السياحة المحلية والدولية .

٨ — ضمان التوافق بين السياحة والترفيه وبين المصالح القومية فى تنمية الطاقة وحمايتها ، والحفاظ على البيئة ، والاستخدام المتوازن للموارد القومية .

٩ — الحفاظ على الأسس التاريخية والثقافية للامة كجزء حى من اجزاء المجتمع ، وتأكيد حق الاجيال المستقبلة فى التمتع بالتراث الغنى للامة .

١٠ — المعاونة فى جمع وتحليل وتوزيع البيانات التى تستخدم فى قياس الاثر الاقتصادى والاجتماعى للسياحة الى وداخل الولايات المتحدة لكى يمكن تسهيل التخطيط فى القطاعين العام والخاص .

الفصل الأول

الأهداف القومية للسياحة

اذا كان التخطيط ضرورة اساسية لأى نشاط انمائى ، فانه فى السياحة اكثر ضرورة لأنها نشاط مركب يتداخل فى عدة قطاعات داخل الدولة وتؤثر تأثيرا مباشرا بحكم هذا التداخل فى التنمية الاقتصادية .

والسياسة السياحية العامة بوصفها الاطار العام للقواعد التوجيهية التى يسير عليها نهج العمل السياحى وتتفرع عنها استراتيجيات التنمية السياحية المتعددة والخطط القومية والمحلية والقطاعية يجب أن تبدأ برسم الاهداف القومية المتوخاه من هذه السياسة لتكون هاديا لهذه السياسة ونبراسا ينير طريق العمل العلمى للتنمية السياحية بصورة مجملة غير تفصيلية .

والاهداف القومية للسياسة السياحية الشاملة يجب لذلك ان تكون اهدافا وصفية عامة وليست إهدافا تفصيلية . فهذه الاخيرة انما يلزم وجودها فى الاستراتيجيات المختلفة الخطط المتعددة للتنمية السياحية والتى تتناول التفاصيل .

ويمكن تقسيم الاهداف القومية العامة للسياحة الى اهداف اقتصادية واهداف اجتماعية وسياسية واهداف بيئية واهداف فنية .

(أ) الأهـــداف الاقتصـــادية :

١ ــ زيادة معــدل نمو السياحة لتكثيف مساهمتها فى الناتج القومى الاجمالى ودعم ميزان المدفوعات من خلال زيادة الدخـــل السياسى الاجمالى زيادة مقبولة ترتفع ســـنة بعد أخرى ويكون ذلك بزيادة عـدد الزيارات السـياحية ، ورفع مستوى نوعية الســائح ، وزيادة معدل اقامته ومعــدل انفاقه اليومى عن طريق تنويع مكونات العرض السياحى والعمل على زيادة الطلب السياحى على أنواع مستجدة من السياحات مثل سياحة الاستجمام والترويح وقضاء الاجازات على الشاطىء ، والسياحة الدينية والسياحة العلاجية وسـياحة المؤتمرات ، والسـياحة الريفية وســياحة الحــوافز وسياحة الصحارى والواحات وغيرها ، بطرق التسويق العلمية الفعالة بعد اجراء البحوث العلمية اللازمة لتحليل الطلب السياحى فى الأسواق السياحية ذات الأولوية والثانوية والمحتملة ، ومكوناته واتجاهاته وطرق التأثير فيه .

٢ ــ رفع مستوى مساهمة السياحة فى الرخاء الاقتصادى عن طــريق زيادة الانفاق السياحى داخـل مصر من الســائحين الأجانب والمصريين المغتربين . وتنشيط الدورة الاقتصادية بالاثر المضاعف لهذا الانفاق .

٣ ـ المساهمة فى التنمية الاقتصادية الاقليمية عن طريق خلق مجتمعات سياحية متكاملة لخدمة تنويع مكونات العرض السياحى فى المناطق البعيدة عن التركيز العمرانى بحيث تتوافر فيها مقومات الجذب للسكان وتكون السياحة هى محور التنمية الرئيسى فيها مثل شواطىء البحر الأحمر وشواطىء البحر الأبيض المتوسط وسيناء وبحيرة السد العالى والوادى الجديد .

٤ ـ زيادة فرص العمالة حتى تصل الى مرحلة العمالة الكاملة وتنمية القوى البشرية عن طريق برامج التدريب المهنى التخصصى فى مختلف مناحى النشاط السياحى لضمان الكفاءة فى الانتاج .

٥ ـ العمل على تلافى الآثار الاقتصادية السلبية كزيادة حدة التضخم عن طريق سياسات اقتصادية مدروسة .

(ب) الأهداف الاجتماعية والسياسية :

١ ـ رفع مستوى الصورة السياحية لمصر فى الخارج بطرق علمية مدروسة منها تضافر المجهودات التنشيطية العلمية لوزارة السياحة وهيئة التنشيط مع هيئة الاستعلامات ووزارة الخارجية .

٢ ـ العمل على حماية قيم المجتمع وتقاليده مع تشجيع الاختلاط المنظم بين السائحين والمواطنين لزيادة فرص التفاعل الحضارى والتبادل الاجتماعى بينهما مما يؤدى الى بناء جسور العلاقات الطيبة والاحترام والتعاون بين الأمم .

٣ ـ رفع مستوى الصحة النفسية للمواطنين عن طريق تشجيع وتنظيم السياحة الداخلية واستغلال أوقات الفراغ استغلالا صحيحا .

٤ ـ تنمية القيمة الحضارية لفن العمارة ، واذكاء الروح الوطنية وزيادة الوعى الشعبى لتحسين الظروف الصحية فى مختلف مناطق الدولة ومدنها وقراها فضلا عن محاولة تجميل الاحياء ونظافتها لتبدو جذابة فى عيون الزائرين .

٥ ـ اعادة بعث الفنون الجميلة والمصنوعات اليدوية والنشاطات الحضارية فى مختلف مناطق الدولة وبوجه خاص احياء التقاليد وطريقة حياة المواطنين سكان المناطق البعيدة التى قد تمتد اليها التنمية السياحية لما تتميز به من خصائص طبيعية واجتماعية وحضارية تصلح عناصر جلب سياحية .

٦ ـ ضمان حسن استقبال السائحين وحسن معاملتهم وانضباط السلوك الفردى .

٧ ـ تفادى الاثار السلبية على السلوك الاجتماعى ونظم القيم الدينية والسلوكية والتقاليد فى المجتمع .

(ج) الأهداف البيئية :

١ ـ حماية البيئة الطبيعية من هواء ومسطحات أرضية ومائية من التلوث والحفاظ على الموارد التاريخية والحضارية والاثرية لمصر ضد التدهور ، والعمل على تفادى النمو العشوائى للعمران بصورة تقضى على الجمال الطبيعى الذى تتميز به تضاريس مصر الجغرافية وذلك عن طريق ورقابة الكثافات البنائية وكثافة حركة النقل بداخل المدن وفى المناطق السياحية وزيادة نصيب المواطن المصرى من المناطق الخضراء ، وتحديد الطاقات القصوى للمشروعات السياحية ، وتزويدها بكل ما يلزم من تدابير خاصة بالنظافة والصحة العامة ورقابة الضوضاء والصرف الصحى الكافى .

٢ ـ تأكيد حق الاجيال المستقبلة فى التمتع بالتراث الحضارى لمصر .

٣ ـ العمل على مواكبة وتوافق استراتيجيات التنمية السياحية المثلى التى تتفق مع امكانيات الدولة ولا تمارس ضغوطا عليها من أى نوع مع غيرها من المصالح القومية كحماية مصادر الطاقة والاستخدام الامثل للموارد الطبيعية ووضع تخطيط علمى يفصل استخدامات الأراضى وشروط ومواصفات التنمية لكى لا يفقد التوسع العشوائى الطابع الطبيعى للاقليم وقيمته الحضارية وبالتالى يضعف من اجزاء المنتج السياحى الذى هو أساس الجذب السياحى ابتداء .

٤ ـ استصدار التشريعات اللازمة لوضع حدود على التنمية فى المناطق الحساسة طبيعيا أو عمرانيا أو سياسيا ، واصدار القرارات اللازمة للسير فى تنفيذ قانون المحميات الطبيعية واتخاذ التدابير العلاجية والتصحيحية من وجهة النظر البيئية فى كل اقليم أو منطقة تصبح فيه البيئة فى خطر .

٥ ـ العناية بنهر النيل الخالد كشريان حياة لمصر وكعنصر جذب سياحى هام .

(د) الأهداف الفنية :

١ ـ اعتبار السياحة قطاعا انتاجيا ذا أولوية على المستوى القومى وصناعة اقتصادية تعتمد على العلم والخبرة الفنية ، ولابد لذلك من أن يتم التحرك فيها بخطوات علمية محسوبة تحتاج الى عمل مكثف فى كل مجالاتها .

٢ ـ العمل على زيادة النصيب السوقى لمصر من حركة السياحة الدولية عن طريق التخطيط العلمى السليم الذى يتضمن تطوير المنتج السياحى المصرى وتنويعه وعدم التركيز على السياحة الأثرية وحدها ، والتغلغل المدروس فى الأسواق السياحية العالمية بتدعيم قنوات الاتصال مع هذه الأسواق ، واتباع أساليب تسويقية وتنشيطية متطورة ، والعمل على استقطاب نوعية أعلى من السائحين ورفع مستوى الخدمات السياحية فى كافة جوانب العمل

السياحى واتباع سياسة تسعيرية علمية وعملية ، وتطوير التنظيم السياحى الرسمى على المستويين القومى والمحلى ليستطيع النهوض باعبائه المتطورة ، واتباع اساليب فعالية التكلفة فى كل انفاق استثمارى وتشجيع الاستثمار فى قطاع السياحة بشتى الطرق والحوافز .

٣ ـ تحقيق التجانس والتنسيق والتعاون بين كافة الأنشطة الحكومية وغير الحكومية المؤثرة على السياحة بطريق مباشر أو غير مباشر تحت قيادة وزارة السياحة ، على أن يضع المجلس الأعلى للسياحة ضوابط لذلك حتى يمكن دفع عجلة التنمية للامام لتحقيق مختلف الأهداف الموضوعة .

٤ ـ ترك الحرية المنظمة للقطاعين العام والخاص ليؤدى كل منهما دوره فى التنمية السياحية طبقا للضوابط التى يضعها التشريع ، مع تحديد سلطة الدولة فى توجيه عناصر صناعة السياحة والاشراف عليها لضمان سير العمل السياحى سيرا منتظما . وفى هذا الصدد يحسن أن تعهد وزارة السياحة ببعض اختصاصاتها فى الرقابة الى الاتحاد المصرى للغرف السياحية بغرفه السياحية الأربع والى المحافظات والى نقابة المرشدين السياحيين لتخفيف عبء العمل اليومى عن الوزارة لتستطيع التفرغ للاعمال التخطيطية والتنظيمية والتسويقية، ورفع مستوى الوعى الشعبى بالسياحة ، وتوسيع قاعدة السياحة الداخلية المنظمة ، وحماية المناطق السياحية .

٥ ـ العناية بالعنصر البشرى فى السياحة عناية كبرى تتفق مع كونه العنصر الفعال فى تحقيق تنمية سياحية متوازنة وفى نجاح المشروعات الاستثمارية السياحية.

٦ ـ توجيه الاهتمام الى وضع نظام مصرى لادارة المشروعات السياحية حتى لا يستمر الاعتماد شبه الكامل على شركات الادارة الأجنبية ولدعم العناصر الفنية الوطنية وفتح مجالات التقدم امامها . وبهذه المناسبة يجدر وضع نظام أمثل لتطوير ادارة فنادق القطاع العام حتى يمكنها الوقوف أمام المنافسة الدولية والمحلية .

٧ ـ اعادة النظر فى التشريعات السياحية القائمة وغيرها من تشريعات تتصل بالسياحة لتحقيق كل ما تقدم والعمل على اصدار قانون السياحة الأساسى .

٨ ـ تطوير دور النقل الجوى فى تنمية حركة السياحة الى مصر والعمل على التوسع فى المطارات الدولية وتوفير الأمن فيها ووسائل صيانة الطائرات والتوسع فى الرحلات البحرية الشاملة كسبيل من سبل دعم حركة السياحة الى مصر .

الفصل الثانى

أساليب تحقيق الأهداف القومية

يبين مما تقدم أن النشاط السياحى يتعامل مع كل مظاهر الحياة فى المجتمع ، فهو لا يعتمد على توفر موارد سياحية وعوامل جذب سياحى طبيعية وحضارية وأثرية وحديثة فحسب ، بل يتعدى ذلك الى ضرورة اعدادها للاستغلال بالشكل الذى يتوافق مع أذواق ورغبات وتوقعات ودوافع السائحين من مختلف الجنسيات فضلا عن السائح المصرى ، كما تتطلب اسلوبا للادارة يتناسب مع طبيعة العمل السياحى ويتواكب مع التطورات العلمية والفنية والتكنولوجيا الحديثة ويتفاعل تفاعلا ايجابيا مع المتغيرات الدولية ، وتوفير المناخ الملائم والمواتى لجعل زيارة السائح تجربة ناجحة وخبرة تلح عليه فى تكرارها وتدعوه الى اقناع أهله واصدقائه ومعارفه لينهجوا نهجه . فاشباع الرغبات المشروخة للسائح فى قضاء اجازة سعيدة يجب أن تكون الهادى الى وضع اسس للتنمية السياحة يتضمن العمل بها طرق وأساليب تحقيق الأهداف العامة والأهداف التفصيلية على مراحل زمنية معقولة .

واذا كانت التنمية السياحية تهدف بالدرجة الأولى الى تحقيق الأهداف الاقتصادية التى اسلفنا بيانها لتمكين الدولة من تلبية الطلبات الكثيرة الملحة التى يقتضيها دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الى الأمام لاسعاد المواطن المصرى بتوفير الرخاء والطمأنينة فانه يجب أن يسير مع ذلك جنبا الى جنب توفير الراحة والمتعة والخدمة المتميزة للزائرين الأجانب .

واذا كانت مصر ــ وهى دولة نامية ــ لا تستطيع بما لديها من امكانيات وموارد تقصر عن ملاحقة طموحها الكبير والزيادة المستمرة فى توقعات مواطنيها لتحقيق مستوى لائق من المعيشة فى كل جوانب العمل الوطنى وتلبية احتياجات مواطنيها الذين يزيد عددهم بنسبة ٢ر٨٪ كل عام ، دفعة واحدة ، فان هذا الفهم لابد وان تكون له آثاره على أسلوب التنمية السياحية المتوازنة المتوخاه . فليس من المعقول ان تتوقف الدولة أو أن تقصر فى تلبية احتياجات المواطنين الأساسية الملحة فى الاسكان والتموين والنقل والمواصلات ومختلف المرافق الأساسية من أجل توجيه معظم امكانياتها المادية والفنية والادارية لاحداث طفرة فى الحركة السياحية اليها لما فى ذلك من تجاهل للطبيعة البشرية وطبيعة متطلبات التنمية السياحية ذاتها .

وفى ذات الوقت ليس من المعقول ان نتوقف عن حركة التنمية السياحية ودفع ديناميكية العمل السياحي الى الامام حتى نصل الى المستوى الحضارى المناسب سواء فى البنية الأساسية او البنية الفوقية او باحداث تغيرات جذرية سريعة فى سلوكيات المجتمع المصرى وعاداته تكيفا بما تتطلبه التنمية السياحية .

لذلك فان ما تضمنته السياسة السياحية الشاملة الحالية هو فى الحقيقة ما يمكن أن يحقق التوازن المطلوب بين السياحة وبين سائر قطاعات الدولة .

١ — التخطيط والتنظيم وتطوير المنتج السياحى :

التخطيط هو النظر الى المستقبل بعين الرغبة فى تحقيق الأهداف ورسم الأساليب العلمية والعملية لبلوغ هذه الاهداف بغية مواجهة التطور الدائب فى العلاقات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والحضارية . وهو محاولة علمية لمواكبة التغيير الذى هو عنصر هام من عناصر الحياة الاجتماعية المنظمة ، بل وسبقه بالتنبؤ ومحاولة تنظيمه والتأثير فيه .

والتخطيط السياحى له ابعاد مختلفة واتجاهات متباينة مثل التخطيط الذى يقوم على دراسات المسح والتقييم للموارد الطبيعية وطرق استخدامات الأراضى ، والتخطيط الاقتصادى الذى يقوم على مزيد من الدراسات التفصيلية لاستخدامات الأراضى مع الاهتمام بتأثير العوامل الاجتماعية والتحليل الاقتصادى فى مشروعات التنمية السياحية ، والتخطيط الحديث الذى يقوم على التحليل المتتابع للمنتج السياحى فى ضوء تحليل الطلب للوصول الى الالتقاء والتطابق . كل هذا التخطيط يعتبر أساسا للانطلاق فى طريق التنمية السياحية لامكان الوصول الى نمو سياحى يتلاءم مع امكانيات البلاد وتضافرا للجهود بين السياحة وبين القطاعات الانتاجية الأخرى لانتاج تنمية اقتصادية واجتماعية متوازنة تحقق الرخاء للمواطنين .

ويتضمن التخطيط السياحى :

١ — وضع خطة سياحية قومية متكاملة تنقسم الى استراتيجيات وخطط اقليمية للمحافظات المختلفة ذات الأهمية السياحية وخطط نوعية لقطاعات النشاط السياحى المتعددة من تنظيم سياحى وتسهيلات سياحية وتسويق سياحى وصناعة النقل وصناعة الفنادق وصناعة السلع والعاديات للسياحة وصناعة المحال العامة السياحية وغير ذلك .

ويجب أن تتضمن هذه الخطط وضع قواعد لترتيب أولويات المشروعات السياحية بمختلف أنواعها ومناطقها من حيث التركيز والانتشار طبقا لاعتبارات التكلفة المرحلية والتنويع فى الخدمات السياحية بما يتواكب مع

طبيعة وحجم ومقتضيات الطلب السياحي ومدى توفر المرافق الاساسية الى غير ذلك من العوامل الأخرى .

ولا تصبح هذه الخطة القومية المتكاملة والخطط الاقليمية للمحافظات ذات الأهمية وا لخطط النوعية لقطاعات النشاط السياحى، ملزمة الا بتصديق المجلس الأعلى للسياحة عليها .

٢ ـ انشاء مركز معلومات سياحية متطورة طبقا لأحدث ما وصلت اليه تكنولوجيا المعلومات فى العالم ليكون اساسا للعمل السياحي العلمى المؤثر ويقتضى ذلك تشكيل لجنة من الخبراء السياحيين وخبراء مراكز المعلومات لوضع خطة متكاملة لانشاء هذا المركز الذى يجب أن يخدم القطاع السياحى بالكامل بنشاطاته الحكومية وغير الحكومية ويكون تابعا لوزارة السياحة مع ضمان استقلاليته الذاتية لتوفير مناخ عمل خلاق له بعيدا عن الروتينية .

٣ ـ اعادة تنظيم القطاع السياحى تنظيما يتفق مع ما تتميز به السياحة عن طبيعة مركبة وحساسة . فوزارة السياحة فى حاجة الى اعادة تنظيمها تنظيما عضويا حديثا يختلف عن التنظيم الهيكلى التقليدى بحيث تصبح جهازا يعكس نبض الاتجاهات المتطورة والمتغيرات الحادثة فى الطلب السياحى الدولى والداخلى يقوم على اتساق العمل وبرامج الاداء بما يتفق مع نظم العمل السائدة فى كثير من دول العالم المتقدمة .

ويقتضى ذلك اعادة النظر بالكامل فى التشريعات السياحية القائمة وغيرها من التشريعات المتصلة بها وتعديلها بما يضمن التلاؤم بين التعديلات المطلوب احداثها وبين النصوص القانونية ، والعمل على استصدار تقنين السياحة الاساسى الذى يتضمن تنظيما شاملا لكافة نواحى العمل السياحى ومنها تحديد دور الوزارة وهيئة التنشيط السياحى وشركات القطاع العام والقطاع الخاص فى التنمية السياحية بما يكفل التعاون بينها وتضافر جهودها للاسراع فى عملية التنمية مما يجب تفضيله فى استراتيجية خاصة بذلك .

٤ ـ تشجيع الاستثمارات وتوفير التمويل اللازم لمشروعات التنمية السياحية وبوجه خاص فى المناطق البعيدة عن العمران كالساحل الشمالى الغربى وسيناء والبحر الاحمر بشتى وسائل التشجيع بحيث يمكن بيع الارض بأسعار معتدلة للاراضى المزودة بالمرافق الأساسية العامة وبأسعار زهيدة للاراضى الخالية من المرافق ، أو منح الأراضى بايجار اسمى لعدة سنوات ثم البدء فى دفع قيمتها بأسعار منخفضة وعلى آجال مناسبة سواء على سبيل الملكية الكاملة أو حق الانتفاع لعدد من السنوات .

كل ذلك بشرط البدء فى المشروعات الاستثمارية خلال مدة معينة لا تزيد عن سنة واحدة والانتهاء من المشروعات حسب حجمها خلال مدد لا تزيد عن خمس سنوات أو على مراحل لا تزيد كل مرحلة منها حسب حجمها عن ذلك ، والا ترتبت جزاءات على مستثمرى هذه المشروعات تحددها القوانين .

وفى هذا الشأن يجب تنويع المزايا والحوافز ومدد الاعفاءات الضريبية للمشروعات الاستثمارية السياحية فى القانون حسب المناطق التى تقام فيها هذه المشروعات وحجم الاستثمارات فيها وانواعها ومدى الأولوية المعقودة لها فى استراتيجيات وخطط التنمية السياحية .

٥ ـ دعم وزارة السياحة ماديا وفنيا وبشريا لتمكينها من القيام بالدراسات السياحية اللازمة لوضع استراتيجيات وخطط التنمية المطلوبة أما بنفسها أو مستعينة ببيوت الخبرة المتخصصة وعرضها على المجلس الأعلى للسياحة لاقرارها .

٦ ـ اعادة تخطيط المنتج السياحى فى مصر لكى يمكن معه الاستفادة من جميع نوعيات السياحة المتخصصة من سياحة المؤتمرات وسياحة الحوافز والسياحة العلاجية والسياحة الدينية وسياحة الاستجمام على الشواطىء وسياحة سفارى الصحراء وسياحة الصيد والسياحة الرياضية .. الخ . وتوزيع هذه الأنواع من السياحات على مناطق مصر المختلفة وعلى فترات متباينة خلال العام لتعميم المد السياحى فى مختلف انحاء الجمهورية وعلى مدار العام بقدر الامكان .

٧ ـ تعميق الدراسات الاحصائية السياحية ووضع قواعد محكمة لتنسيق العمل بين الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ووزارة الداخلية ووزارة السياحة لضمان السرعة والدقة الفنية فى هذه الاحصاءات والتقيد فيها بالتعريف الدولى للزائر ، والعمل على توسيع قاعدة الاحصاء السياحى لتشمل دراسات سياحية ميدانية دورية لاستخراج متوسطات الانفاق السياحى ولتحديد القيمة الصافية والقيمة المضافة للدخل السياحى وللتوسع فى الدراسات العلمية التنبؤ السياحى الذى يمثل الركيزة الأساسية للتخطيط .

٨ ـ تبسيط واستقرار السياسات النقدية والاقتصادية والجمركية وتوجيهها الى تشجيع التنمية السياحية بكافة عناصرها ومقوماتها .

٩ ـ بينما تساعد شركات الادارة الأجنبية على زيادة خبرة الكوادر السياحية المصرية والمساهمة فى تدريبهم على نظم عمل متقدمة ، وكذلك المساهمة بقدر فى التسويق السياحى ، الا أنه قد آن الآوان لتقييم تجربة الالتجاء الى هذه

الشركات كما يجب العمل على دعم شركات الادارة المصرية المتخصصة من القطاعين العام والخاص وازالة معوقاتها وتلبية احتياجاتها بما يسوى بينهاوبين شركات الادارة الاجنبية بما يضمن ظروفا منافسة عادلة .

١٠ ـ توجيه الاهتمام البالغ لنظافة وتنمية المناطق السياحية والآثرية وايجاد الوسائل الكفيلة بزيادة قدرة هيئة الآثار على ترميم واقامة الآثار بمناطق كثيرة مثل آثار هناسيا ببني سويف والفيوم والوادى الجديد وسيوة وصان الحجر وغيرها ، وتوسيع قاعدة المزارات السياحية فى الأقصر والمنيا وكذلك فتح مناطق أثرية جديدة للزيارات السياحية .

١١ ـ اعادة تخطيط صناعة النقل من نقل جوى وبحرى وبرى بما يحقق التنسيق بينها وبين السياحة والتوسع فى المطارات الدولية البديلة لتخفيف الضغط على مطار القاهرة ، وامكان الموافقة على استراتيجية للطيران العارض بما يحقق الصالح القومى للسياحة مع وضع مصالح الشركة الوطنية للنقل الجوى فى الاعتبار .

١٢ ـ الاقتصاد فى الضرائب والرسوم المفروضة على السائح قوميا او محليا حتى لا يضار السائح بكثرة ما يفرض عليه من رسوم فيسبب احجامه عن الحضور لارتفاع تكلفة زيارته الى مصر بسبب موقعنا الجغرافى من مراكز التصدير السياحى وبالتالى تنحسر حركة السياحة الدولية الى مصر .

٢ ـ التسويق السياحى :

ان التسويق بوصفه فلسفة شاملة للادارة فى المشروعات على اختلاف أنواعها الزم أسلوب للتنمية السياحية لاعتماد هذه التنمية أكثر مما تعتمد على زيادة الطلب من الأسواق السياحية المختارة ولذلك فان الأسس الرئيسية لتطوير التسويق السياحى لمصر تنحصر فيما يلى :

(أ) دراسة الأسواق السياحية الدولية دراسة تفصيلية شاملة مما يمكن من اعادة النظر فى سياسة التنشيط السياحى لمصر فى مختلف هذه الأسواق كيفا وكما. وتستهدف هذه الدراسات تحديد القوى الحاكمة لكل سوق مصدر للسائحين، واتجاهات حركة السياحة من كل منها ، وحجم هذه الحركة ودوافع السفر الى مختلف الدول المستقبلة للسائحين وتقسيم هذه الأسواق الى أسواق أولية واسواق ثانوية واسواق محتملة بناء على معايير محددة واعتبارات الوزن النسبى العلمية . وتيسير سبيل الحصول على المعلومات الكافية المستمرة من كل هذه الأسواق لوضع سياسة تسويقية مرنة تغذيها روافد مستمرة من البحوث والمعلومات .

ويقتضى كل ذلك اعادة تنظيم الهيئة العامة للتنشيط السياحى لتكون قادرة تنظيميا وفنيا وماليا وبشريا على القيام بهذه المهام الجديدة ، ويتطلب ذلك توسيع قاعدة المكاتب السياحية الخارجية وزيادة امكانياتها وتطوير رسالتها لكى تستطيع مواكبة التطور الحادث فى مجالات العمل السياحى الدولى :

ويجب والحالة هذه تقرير نسبة مئوية مثل ١٪ من الدخل السياحى الاجمالى لمصر (التحويلات المصرفية) كموازنة تسويق خارجى للهيئة ويمكن النظر فى زيادة هذه النسبة على ضوء نتائج جهود الهيئة فى هذا المضمار خلال الثلاث سنوات القادمة .

(ب) استخدام المعلومات المتوفرة فى التطوير المستمر والتنويع المطلوب للمنتج السياحى المصرى .

(جـ) وضع استراتيجيات للتسويق السياحى تهدف الى مضاعفة العائد السياحى نتيجة رفع مستوى المنتج السياحى المصرى ليكون أكثر تميزا من غيره ورفع نوعية السائح الأكثر قدرة على الانفاق المرتفع مع زيادة معدل الاقامة بعد دعم وتنمية صورة سياحية وسياسية مشرفة لمصر تتطابق مع الواقع . وتعرض هذه الاستراتيجيات على المجلس الأعلى للسياحة لاقرارها قبل تنفيذها .

(د) تكثيف العمل الاعلامى لدفع مشروعات التطوير والتجديد والاحلال فى مختلف المرافق التى تؤثر مباشرة فى المظهر العام السياحى والمنشآت التى تشكل جزءا لا يتجزأ من المنتج السياحى ، وكذلك لتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والعربية والأجنبية على المساهمة فى انشاء وتطوير وادارة المشروعات السياحية .

(هـ) تشجيع السائح العربى والغربى باعتبارهما قطبى الرحى فى التنمية السياحية فى مصر بشتى طرق التشجيع والتسهيلات .

(و) تطوير أساليب التنشيط بما يشمله من اعلان وعلاقات عامة ودعاية سياحية لمصر بحيث تصبح اداة فعالة مؤثرة فى زيادة الحركة السياحية لمصر من مختلف الأسواق السياحية وبحيث تتنوع هذه الأساليب بتنوع الأسواق وتتلاءم مع دوافع وتوقعات ورغبات السائحين من كل سوق .

(ز) النظر الى سياسة التسعير السياحى نظرة علمية وعملية موسعة لا تقتصر على زيادة عناصر التكلفة بل تتعدى ذلك الى اعتبارات المنافسة واتجاهات السوق بحيث لا تزيد أسعار خدماتنا السياحية عن أسعار منافسينا بما يؤثر على مركزنا فى السوق السياحى الدولى .

٣ ـ الوعى السياحى والسياحة الداخلية :

(أ) تنمية الوعى السياحى فى مصر عن طريق اجهزة الاعلام والمؤسسات التعليمية على اختلاف مستوياتها ، وكذلك نشر الوعى السياحى بين المصريين العاملين بالخارج وربطهم بالوطن الأم بصورة دائمة .

(ب) تشجيع السياحة الداخلية باعتبارها الركيزة الأساسية للسياحة العالمية والعمل على تنويع مستويات الخدمات السياحية فى مختلف المناطق شاملة المصايف والمشاتى بما يتفق مع الامكانيات المادية المتباينة للمواطنين . والاهتمام بالسياحة الداخلية المنظمة للشركات والمصانع والجمعيات والنقابات والجامعات بحيث يستفاد من فترات الركود الموسمى دون ما فصل عمدى بين السائحين الدوليين والسائحين المواطنين حتى يكون فى ذلك رفع لمستوى سلوكيات المواطنين وتعميق لمفاهيم الترفيه والاجازات الترفيهية كأساس لدعم الصحة النفسية للشعب والتى تزيد من انتاجيته ، وبخلق نقطة التقاء واحترام وتعاون بين السائحين الدوليين والمواطنين .

٤ ـ تنمية مصادر الثروة البشرية :

(أ) تركيز الاهتمام بالعلوم السياحية الحديثة وتطوير مناهج كليات السياحة والفنادق بجامعتى حلوان والاسكندرية بما يضمن تعميقها واشتمالها على احدث التطورات العلمية فى هذا الصدد وتشجيع البحث والتاليف فى السياحة. كما يجب التوسع فى انشاء مراكز التدريب على اختلاف مستوياتها ونوعياتها على النحو المفصل الذى ورد فى خطة اعداد وتنمية القوى العاملة فى قطاع السياحة للمجلس القومى للانتاج والشئون الاقتصادية سنة ١٩٧٧ وذلك لضمان خلق اجيال جديدة قادرة على دفع عجلة التنمية السياحية الى الامام .

(ب) انشاء مراكز للتدريب على صناعات السلع والعاديات السياحية ودعم هذه الصناعات بالمواد الخام وتسهيل اجراءات تصديرها للخارج .

(جـ) التوسع فى عقد الندوات والمحاضرات السياحية بمستوياتها المختلفة .

(د) تعميق تعليم اللغات الاجنبية بين جميع العاملين بالقطاع السياحى وتشجيعهم على ذلك بشتى وسائل التشجيع .

ويمكن للاتحاد المصرى للغرف السياحية المساهمة فى تولى هذه المهام مع ضرورة دعمه بالامكانيات المادية التى تساعده على ذلك .

٥ ــ تنمية الموارد والخدمات السياحية :

(أ) تشجيع الفنون الشعبية باقامة المهرجانات والاحتفالات المنتظمة فى فترات محددة خلال العام بحيث يصبح لمصر برنامج متكامل يدخل ضمن فقراته هذه الفنون الشعبية مما يؤدى الى اطالة مدة اقامة السائح .

(ب) الاهتمام البالغ بالمحافظة على الموارد السياحية فى مصر ضد اخطار البيئة على اختلاف انواعها .

(جـ) الاسراع فى توفير المرافق العامة فى مناطق التنمية السياحية الجديدة حتى لا تتحمل المشروعات السياحية الخاصة أعباء اضافية فوق قدراتها وتقف حائلا دون امكان تنفيذها .

(د) الاسراع فى تنفيذ مشروع المجرى الملاحى بنهر النيل الذى تتولاه وزارة الرى حتى يمكن الاستفادة من نهر النيل سياحيا باعتباره موردا سياحيا هاما ، مع انشاء مراكز لخدمة البواخر السياحية على طول المجرى لضمان الأمن والأمان الكافيين به فضلا عن ضرورة رقابة ومنع ما يسبب تلوث النهر .

(هـ) تكثيف الرقابة على المناطق السياحية لضمان الامن والامان للسائحين وانضباط السلوك الفردى ومنع استغلال البعض لهم وضمان حسن معاملتهم لأعطاء صورة حضارية لمصر فى الخارج .

(و) تقليل الاجراءات الروتينية والشكلية فى أجهزة الحكومة التى يؤثر نشاطها على السياحة ــ وبوجه خاص فى وزارة السياحة ــ وضمان عدم تأخير الموافقة على المشروعات السياحية عن أسبوعين مهما كانت الأسباب .

(ز) التوسع فى اقامة بيوت الشباب فى المناطق السياحية ذات الامكانيات الرياضية التى يقبل عليها الشباب من مختلف دول العالم ، باعتبار ان بيوت الشباب ارخص وسائل الاقامة واكثرها مناسبة للشباب .

(ل) تفريد كل محافظة سياحية بمنتج سياحى متميز بقدر الامكان والعمل على تسويقه دوليا ومحليا بشتى الطرق ووسائل التنشيط والتسويق .

أن السياحة فى مصر ــ لو احسن تخطيطها واستغلالها بصورة علمية وساندها اهتمام الدولة بها واعطاؤها الأولوية التى تستحقها فانها يمكن أن تصبح موردا رئيسيا من موارد العملات الحرة وعاملا مؤثرا من عوامل زيادة الناتج القومى المصرى وتنشيط الدورة الاقتصادية . ولذلك فاننا يجب ان نغير من النظرة الجزئية الى هذا القطاع الهام الى نظرة شاملة مؤثرة ، وان نرفع عن كاهله اغلال التعقيدات

الروتينية والقرارات غير المدروسة بحيث يتحرر ويصبح مجالا خصبا لاثراء مصر والاسراع فى تحقيق رخاء المواطنين فيها .

الخلاصـــــــة :

هذه هى جوانب السياسة السياحية الشـاملة لمصر حتى عام ٢٠١٠ وردت غير مفصلة كطبيعتها بحيث يتعين تفصيـــيلها باستراتيجيات متعددة وردت أمثلتها فيما سبق .

ولدى موافقة المجلس الأعلى للسياحة على هذه السياســـة ، واستصـــدار التشريع اللازم بها لكى تصبـح ملزمة لكافة الوزارات والأجهزة الرســـمية وغير الرسمية فان على وزارة السياحة أن تضع استراتيجيات تفصيلية كما يلى :

١ ـ التسهيلات السياحية التى تشمل اجراءات الحـــدود والنقـــد والجمارك وغير ذلك .

٢ ـ التنظيم الســـــياحى وتحديد دور كل من القطاعين العام والخاص فى تنمية السياحة ورفع التضارب بين اختصاصات الوزارات المختلفة .

٣ ـ السياسات المالية والاقتصادية للتنمية السهياحية .

٤ ـ جرد المنتج السياحى المصرى وتقييمه موضوعيا ووضع أسس لتطويره .

٥ ـ الاستثمارات السهياحية فى المناطق الجديدة واولوياتها .

٦ ـ التســـويق السياحى المتكامل .

٧ ـ النهوض بالمناطـــق الاثرية .

٨ ـ صناعة النقل السياحى الجوى والبحرى والبرى .

٩ ـ صناعة الفندقة وأماكن الاقامة الاخـــرى والمحال العـــامة السياحية وطرق ادارتهـــا .

١٠ ـ صناعة الســـلع والعاديات السياحية .

١١ ـ التعليم والتدريب الســـياحيين .

١٢ ـ حماية البيئة والتوسع فى المحميات الطبيعية والمناطق الخضراء .

١٣ ـ القانون الســـياحى الأســـاسى .

١٤ ـ تطوير صناعة التشييد التى تتأثر بالتنمية السياحية وتؤثر فيها .

١٥ ـ الوعـــى الســـياحى .

١٦ ـ السياحة الداخلية .

١٧ ـ متابعة تنفيذ قرارات ازالة معوقات التنمية السياحية .

وهذه السياسة السياحية الشاملة والتى توضع فى مصر لأول مرة تفترض لكى ينجح تطبيقها توفر أمرين على جانب كبير من الأهمية :

اولا ـ حل المشاكل العالقة والمعوقات المتعددة التى تعترض طريق النشاط السياحى فى مصر والتى تضمنتها دراسة المعوقات التى قامت بها وزارة السياحة عام ١٩٨٢ وتلك التى قام بها اخيرا الاتحاد المصرى للغرف السياحية ومجالس الغرف المختلفة وغيرها من الدراسات ، وتأمل اللجنة أن يصدر المجلس الأعلى للسياحة قرارات فورية بازالة هذه المعوقات وتشكيل لجنة متابعة تنفيذها .

ثانيا ـ الاسراع فى تنفيذ ما ورد بقرار تشكيل المجلس الاعلى للسياحة بانشاء مركز معلومات متطور طبقا لاحدث نمط علمى لقطاع السياحة ، وذلك لأن التخطيط العلمى السليم يعتمد اكثر ما يعتمد على قاعدة معلومات ضخمة متجددة واحصاءات صحيحة تستخدم فى التنبؤ العلمى .

□ □ □

الباب التاسع

علاقة السياسة السياحية العامة باستراتيجية التنمية والتخطيط

ادت الاختلافات القائمة فى نوعيات وسلوكيات الأشخاص واذواقهم ودوافع السفر عندهم وزيادة أو اتساع فرص القدرة المالية لهم الى توسع ضخم مطرد فى **الطلب السياحى وكثرة تنوعه . وهنا يتعين مواجهة مثل هذا الطلب بقدر متساو من الامكانيات وفرص الاختيار العديدة والمتنوعة .** ولقد احتدمت المنافسة ــ كما قلنا ــ بين الدول والمناطق السياحية بعد أن دخلت الى هذا المضمار عدة دول جديدة بتوفر امكانات متجددة متباينة لاجتذاب السائحين ، ويجرى حاليا تطوير الدراسات الحديثة فى التنمية السياحية وفى التخطيط والتسويق المتكامل لها واستراتيجيات تشجيعها وأسعارها بهدف تحقيق نصيب أكبر من حركة السياحة الدولية ، كل ذلك بالاضافة الى الاجراءات الضرورية اللازمة للحفاظ على البيئة الطبيعية وحماية التراث الثقافى ، انما يتطلب عملا منظما ومخططا تخطيطا سليما مما لا يقبل بالتالى اية محاولات عفوية ويفوق الامكانيات المنفردة . وترتيبا على ذلك فانه يتعين على الدولة ان تضطلع بدور التنسيق بين مختلف المجهودات والامكانيات ، وتعبئة الجهود والموارد الوطنية المتاحة لتهيئة المناخ السياحى الملائم لتقدم وتنمية السياحة .

ويجب على الدولة أن تأخذ بأسباب التقدم العلمى والتكنولوجى لتطوير أساليب تنميتها السياحية وعدم الوقوف عند حد التقليدية واستمرار القديم استجابة لكل جديد مستحدث فى السوق السياحى العالمى وبخاصة نتيجة ازدياد حدة المنافسة بين الدول المستقبلة للسياحة .

كل ذلك يجب ان تعكسه الدول ــ كما قلنا آنفا ــ فى سياسة سياحية قومية شاملة تتبناها بقانون بحيث تصبح ملزمة لكافة اجهزتها ومؤسساتها الرسمية وغير الرسمية .

وقد اصطلح على أن تشمل هذه السياسة السياحية الشاملة تحديد الأهداف القومية العامة وأساليب تحقيق هذه الأهداف العامة فى صورة استراتيجيات عامة

مستقبلة تهدف الى تحقيق التنميــة المتوازنة بين الســـياحة وغـيرها من قطاعات الانتــاج والخدمات .

وتتفرع على هذه السياسة العامة التى تمثل الاطار العام للتحرك السياحى فى صيغته العامة المؤدية الى بلوغ النتائج الايجابية المرغوبة وتفادى النتائج الســلبية للتنمية السياحية ، يتفرع على وضع استراتجيات تفصيلية لكل جانب من جوانب التنمية السياحية كاستراتيجية التسويق السياحى واستراتيجية التنظيم السياحى واستراتيجية التسهيلات السياحية واستراتيجية استخدامات الأراضى واستراتيجية التدريب والتعليم واستراتيجية نشر الوعى السياحى واستراتيجية حماية البيئة والتوسع فى المحميات الطبيعية وغير ذلك .

وبالتالى تكون الاستراتيجية اكثر تفصيلا وتحديدا من السياسة العامة بحيث تتضمن الأهداف النوعية المحددة والحلول التبادلية المتاحة والممكنة لبلوغ هــذه الاهداف المحددة .

وتتفرع على الاستراتيجيات المستقبلية خطط محددة تتضمن برامج عمل محددة مرتبطة باطار زمنى تعبأ فيها الموارد الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية والادارية والفنية والبشرية ويمكن بعد ذلك أن تنقسم الى خطة قوميــة والى خطط اقليمية (للمحافظات والمناطق المختلفة) والى خطط قطاعية (كخطـــة التصنيع السياحى وخطة التسويق من أسواق معينة وخطــة رفع مســـتوى أماكن الاقامة الســـياحية .... الخ) .

ولقد أصـــبح من أبجديات أسس التنمية الســـياحية بعامة ضرورة مراعاة التفاعل بين الاسواق المصدرة للسائحين وبين المنتج الســـياحى المصرى بما يقتضى تنويع أنماط السياحة المصرية بما هى مؤهلة له بحكم تنوع مكونات المنتج الســـياحى المصرى بحيث لا تظل مصر معتمدة فقط على سوق السياحة الاثرية (وهى جزء من سوق السياحة الثقافية التى لا تزيد فى حجمها عن نسبة ١٠٪ من حجم السياحة الدولية) بل تتوسع فى استغلال مواردها الطبيعية من شـــــواطىء ممتدة الى الفى كيلومتر على البحرين الابيض والاحمر التى يمكن استغلالهما فى السياحة الترويحية أو سياحة قضاء الأجازات ، وعيونها الطبيعية الساخنة فى حمامات فرعون والعين السخنة على خليج السويس وفى الوادى الجديد ، فضـــلا عن امكانياتهـــا الدينية المتعددة وموقعها الجغرافى المتميز الذى يسمح بالتوسع فى سياحة المؤتمرات بعــد اعداد الخدمات والتسهيلات اللازمة لها من قصر مؤتمرات القاهرة ومركز مؤتمرات الاسكندرية بالاضافة الى القاعات المتعددة فى جامعة القاهرة وفى مقر الحزب الوطنى الديمقراطى وفى الفنادق السياحية المختلفة .

ولعل أهم ما يمكن ألتنويه به فى هذا المجال ان استراتيجية التصنيع السياحى فى المناطق الجديدة يجب ان توضع بشكل تتواكب به مع دراسات تحليل الطلب السياحى على هذا النمط من السياحة الترويحية . وقد وضعت دراسات عديدة للساحل الشمالى الغربى وساحل البحر الاحمر وسيناء بنى بعضها على دراسات تسويقية خارجية متعمقة ، وقبل ذلك تناولت بالتحليل المواد الارضية المتاحة وامكانيات تنمية الزراعة والصناعة والثروة السمكية والحيوانية وغير ذلك من نشاطات فضلا عن التنمية العمرانية وتنمية السكان عن طريق ايجاد محاور تنمية متعددة . واحتياجات كل ذلك من مشروعات البنية الأساسية من طرق وكهرباء ومياة شرب وصرف صحى واتصالات سلكية ولاسلكية . وكل ذلك يشير الى صحة هذا الاتجاه التعميرى الشامل لأن التنمية السياحية أو التصنيع السياحى لا يمكن أن يقف وحده فى الميدان دون نشاطات أخرى تكمله وتتساند معه فى اطار المجتمعات العمرانية الجديدة .

تقييم الموارد السياحية فى اطار التخطيط :

يجب أن تبدأ الدولة التى ترغب فى تنمية السياحة الدولية اليها بجرد جميع مقوماتها السياحية وتشخيصها وتصنيفها ثم تقييمها وفقا لمعايير موضوعية كمية وكيفيه (١) . والأولى تسمى باعتبارات الوزن النسبى Relative Weight Ractors

وهذا التقييم يعتبر جزءا لا يتجزأ من العمل التحضيرى لخطة التنمية السياحية الشاملة .

ولا يعنى هذا التقييم مجرد رأى شخصى للقائم بالدراسة او وجهة نظر مجردة فى القيمة الذاتية للمورد السياحى ، **وانما يخضع التقييم لمعايير موضوعية يجب وضعها مسبقا** . وهذا العمل يتطلب خبرة علمية حقيقية اذ يجب أن يكون من ضمن هذه المعايير اختبار المورد أو المعلم فى ضوء الموارد والمعالم المنافسة مع الأخذ فى الاعتبار اتجاهات الطلب السياحى وخصائصه وحاجات وأذواق وتوقعات السائحين المحتملين .

وهذا التقييم لازم من أجل حماية المعالم السياحية والمحافظة عليها وهو أول خطوة من خطوات التنمية السياحية .

ومعيار هذا التقييم ذو شقين :

(أ) تقييم خصائص المورد السياحى طبقا لنظام تصنيف دولى كيفى للموارد السياحية (موارد فريدة لا تقارن ــ وموارد ابداع ــ وموارد جذب) .

---

(١) راجع دراسة الدكتور فرانكو فيراريو الاستاذ بجامعة كيب تاون عن تقييم المقومات السياحية لجنوب افريقيا سنة ١٩٧٨ ــ وهذه الدراسة هى موضوع الرسالة المقدمة منه الى جامعة بيركلى بكاليفورنيا بامريكا لنيل درجة الدكتوراه فى الجغرافيا التطبيقية .

(ب) تقييم مدى استعداد الدولة لتطويع امكانياتها للسياحة سـواء من النواحى الاجتماعية أو الحضارية أو الاقتصادية .

وهذه المعايير لا تتوقف فقط على الظروف الطبيعية والبيئية التى يقع فى اطارها المورد السياحى ، ويجب أن نشير الى الأهمية القائمة للمورد السـياحى فى علاقته بالمكان والزمان المطلوبين لامكان استغلاله .

ففى حالة الموارد الطبيعية وبعض الموارد الحضارية التى تتمتع ببعد مكانى ، **فان حماية البيئة الطبيعية ، والمحافظة على التوازن الايكولوجى والتخطيط السليم تصبح أمورا ذات اهمية كبرى اذا أريد للسياحة فى الدولة أن تنمو وتتسع قاعدتها محققة الاهداف المرجوة منها .**

ضوابط الخطة العامة للتنمية السياحية :

بعد أن يتم تقييم جميع الموارد السياحية يبدأ العمل فى وضع خطة شـاملة لتنمية العرض السياحى فى الدولة . وهذه الخطة عمل ضخم يتطلب تعبئة جميـع الموارد والمجهودات من فنية وادارية ومالية وعلمية فضلا عن عامـل الوقت . ويتم وضع هذه الخطة فى ضوء السياسة السياحية الشاملة الموضوعة مسبقا لكى تكون صمام أمن ضد أى تنمية سياحية عشوائية يمكن أن تسبب اضرارا شديدة للطبيعة وللموارد السياحية وتكون مضـيعة للاموال والوقت والجهـد المبذولين فيها . **والخطة الشاملة للتنمية السياحية فى الدولة يجب أن تقيم ضـوابط التوازن بين المصالح السياحية والمصالح العامة الأخرى للدولة من سياسـية واقتصـادية واجتماعية وسـيكولوجية فى اطار من الدين والاخـلاق ، وبين مختلف الاقاليم الجغرافية والسياسية التى تتضمنها الدولة** ، وأن تتولى تقسيم الدولة الى مناطق سياحية يتم تصنيفها وترتيبها بحسب نتائج جرد وتقييم مقومات الثروة السياحية (الموارد السياحية) ، واقامة الاطار اللازم للتخطيط الطبيعى الذى يأخذ فى اعتباره الظروف المناخية والبيئية والايكولوجيـة وتوفير الموانع القانونية والفنية لحماية الاراضى والمشروعات فى المناطق السياحية من المضـاربات بحيث يتم توزيع التوازن بين استخدامات الأرض وقيمتها السوقية فى اطار من الواقعية التى يعززها وجود سياسة اقتصادية مستقرة ورصينة . وأخيرا يجب أن ترسم هذه الخطة السياحية الشاملة لتنمية العرض السياحى ، وهى جزء لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة ، اطار التكامل والتنسـيق بين السياحة وغيرها من القطاعات الانتاجية والخدمية .

تحديد الطاقة القصوى للمناطق السياحية :

ويعنى تحديد العلاقة المثلى بين عدد الأشخاص فى المكان وبين الموارد المتاحة لاعاشتهم وخدمتهم تحقيقا لرضائهم لانه اذا وصل المكان الى درجة التشبع بدأت المنطقة فى الانهيار كنتيجة .

ولذلك فانه يلزم وضع مؤشرات يمكن استخدامها لقياس « الأحمال » القصوى التى يستطيع المكان أو يمكن للمنطقة تحملها . وبمعنى آخر تحديد مبادىء ملزمة لوصول الى عدد السائحين الذين يمكن للمكان امتصاصهم دون تخفيض لمستوى الخدمات او قيمة تجربة الزائر ودون أن تترتب آثار خطيرة بالنسبة للبناء الاقتصادى والايكولوجى .

وتفصيلا لما تقدم فان الطلب السياحى على الدولة أو منطقة ما بداخلها يمارس ضغوطا قد تنتج فى ضرورة تركيز التسهيلات والخدمات فيها .

وتركيز التسهيلات والخدمات فى منطقة ما ينتج بدوره تركيزا للطلب عليها لما يوجد بين الطلب والعرض من علاقة تبادلية تراكمية . لذلك فانه يجب تحليل درجة التشبع والتركيز فى المناطق السياحية المستقبلة للسياحة سواء من جانب الطلب أو من جانب العرض ، وبمعنى آخر من ناحية البيئة الطبيعية والمناخ الاقتصادى والمضمون الاجتماعى للسوق المصدر وللمنطقة المستقبلة .

والمعادلة الأساسية لتقدير الطاقة القصوى لأى منطقة سياحية هى :

$$ط = \frac{م \times ت}{ن}$$

حيث تكون : ط هى الطاقة القصوى للمنطقة .

م هى اجمالى حجم المنطقة .

ت معامل الارتباط المصحح وهو يتراوح بين ١/٢ ــ ١ (صحيح) ويحدد كوظيفة للخصائص الذاتية القياسية مع اعتبار الجوانب المعمارية والهندسية والجيولوجية والمائية للسطح مع اعتبارات أخرى .

ن المساحة المقبولة للشخص بالمتر المربع .

والطاقة الكلية للمنطقة التى نحن بصددها يجب أن يتوفر فيها المتطلبات الآتية :

ط (اكبر من) ح .

حيث تكون : ط هى الطاقة الكلية للمنطقة .

ح تمثل حركة السياحة (عدد الزوار أو السائحين) الى المنطقة .
والقواعد والنظم التى تساعد على هذا التحديد هى :

— **مبدأ التسامح البيئى** ، ويعنى الى أى حد يمكن بناء المنطقة دون تشويه الجمال الطبيعى .

— **مبدأ الراحة** ، أى حدود الكثافة السياحية فى علاقتها بالمساحة الأرضية ، الكثافة السكانية والمكان بحيث نمنع الازدحام وما يسببه ذلك من ضرر بالموارد السياحية سواء اكانت طبيعية أم تاريخية وحضارية ام تسهيلات وخدمات .

— **مبدأ الحدود الطبيعية** الذى يقضى بتحديد التوسع السياحى وتحديد مستويات الوظيفة السياحية للمنطقة بناء على الطبيعة المرنة للموارد السياحية الأساسية للمنطقة كصدى للاستغلال السياحى .

نحو ادارة افضل للعرض السياحى :

ولا يعتبر العرض السياحى للدولة المستقبلة للسائحين جيبا اقتصاديا مستقلا داخل الدولة بل هو مجموعة الموارد والعناصر التى تجذب أنظار السائحين وتحملهم على زيارة الدولة أو المنطقة منها — وهو بهذه المثابة ذات قاعدة عريضة تتصل بجميع قطاعات الحياة الانتاجية القومية من زراعة وصناعة وتجارة وتعدين واسكان وتأمين وصحة وتعليم واقتصاد ودين وغير ذلك . ولا شك أن القرارات التى تصدر فى الاستثمار أو فى التنظيم أو فى الصحة أو فى العمالة أو فى استخدامات الأرض تؤثر تأثيرا يختلف مداه على العرض السياحى . والتركيب فى العرض السياحى يتغلغل فى جميع وجوه نشاط الأمة على عكس ما يتصوره البعض من أنه قاصر على البائعين والمشترين فى نشاط السفر . حقيقة أن الأثر الاقتصادى الأكبر للسياحة مستمد من الخدمات المباشرة مثل الفنادق والنقل والملاهى ، **ولكن العرض السياحى ككل هو جزء من حياة المجتمع** . فالحدائق والمتاحف والغابات والميادين والآثار وأماكن العبادة وأماكن ممارسة الرياضة كلها ذات أهمية متساوية للسائحين والمواطنين . **وكلما زاد فخر المجتمع المقيم بانجازاته فى حياة اجتماعية أفضل كلما زاد العرض السياحى قوة وجاذبية وتأثيرا** .

١ — تحسين قيمة المنتج السياحى :

لأن العرض السياحى يتكون من عناصر متباينة ومتعددة ومستقل كل منها عن الآخر مثل خدمات المعلومات والاعلان والدعاية والاقامة والاغذية والنقل .. وغيرها ، فأن القيمة الكلية لتجربة السائح وتميزها تصبح الأساس فى غمرة الاهتمام

برفع مستوى كل من تلك العناصر على حده .

ورغم ان كثيرا من الجهود قد بذلت فى دول سـياحية كثيرة لرفع مستوى الخدمات داخل كل عنصر من عناصر العرض السياحى الا أن ذلك لا يكفى لجعل صناعة السـياحة فى الدولة قطـاعا انتاجيـا هاما . **ولذلك فان الدول بمختلف قطاعاتها العامة والخاصة يجب أن تعمل جاهدة لتحقيق الوصول الى قيمة أعلى لتجربة السائح من خلال الادارة المثلى للعرض السياحى .**

ولقد أصبح هدف القيمة الأعلى لزيارة وتجربة السائح من النواحى الاجتماعية والنفسية والحضارية والاقتصادية يمثل أهم عامل من عوامل المنافسة بين الدول السياحية لأن السـائحين يتجهون أكثر وأكثر يوما بعد يوم للبحث عن منتجـات سياحية متميزة شاملة الاستقرار الاقتصادى والسـياسى والجوانب الجمالية الطبيعية والمصنوعة . ولا شـك أن الوصول الى اشباع رغبات السائحين يتطلب من الدولة العمل على تحقيق هذا الهدف للسـائح من خلال ادارة متميزة وتوظيف أمثل لعناصر العرض السياحى .

ويتطلب ذلك سياسة عامة مركبة من عدة استراتيجيات أهمها ما يلى :

(أ) **حماية السائح من الضرر** من أى نوع سواء أكان ضررا ناتجا عن البيئة الطبيعية او البيئة الحضارية أو البيئة الاجتماعية ، ويتطلب ذلك اتخاذ كافة الاجراءات الكفيلة بتحقيق الأمان من الضرر الناتج عن الفيضانات والزلازل وانهيار المبانى وحوادث النقل والصخور المنهارة من الجبال والحرائق والتسمم من الطعام الفاسد وغير ذلك .

(ب) **حماية السائح ضد أعمال العنف والجرائم** ويتطلب ذلك الرقابة المحكمة على المنشآت السياحية ووسائل النقل المتعددة شاملة سيارات الأجرة (التاكسى) والسيارات العامة (الاتوبيسات) والقطارات وغير ذلك ، فضـلا عن حماية السائحين فى المطاعم وفى الاتوبيسات وفى الأسـواق بل وفى الطرق العامة ضد (التشرد)أو أى جريمة يمكن أن يرتكبها أى شخص ، وحماية السـائحين كذلك ضد اضرار الاضطرابات واخطار الاوبئة وغيرها .

(جـ) **تحقيق النظافة وتوفير الصحة للسـائحين** بحيث يجب ضمان حد أدنى مقبول من النظافة وتخفيف حدة التلوث الذى يصيب الهواء او مياه الشرب أو الاطعمة والمشروبات فى الأماكن العامة .

(د) **ضمان احترام الاتفاقات السـياحية وتنفيذها** بمعرفة مختلف المنشـآت السياحية من فنادق وشركات سـياحية وشركات نقـل ومحـال سـياحية ومرشدين وغير ذلك .

(هـ) **العناية الخاصة بالسائحين المعوقين** كمرضى القلب والمكفوفين ومرضى السكر وكبار السن ومحدودى الحركة أو يتنقلون بكراسى متحركة ، والسيدات الحوامل والمتاخرين عقليا والسائحين الذين يتأثرون بالأماكن المغلقة أو الأماكن المرتفعة .

وقد ضربت دول سياحية متقدمة بسهم وافر فى وسائل العناية بهؤلاء السائحين .

(و) **اعلام السائحين بكل المعلومات التى تهم السائحين** والمتعلقة بالدولة التى يزورونها لتسهيل زيارتهم وجعلها زيارة ناجحة ومثمرة يتذكرونها لوقت طويل فى المستقبل وذلك بانتشار مكاتب الاستعلامات السياحية فى جميع المدن والمناطق السياحية وفى نقط الدخول للدولة والخروج منها وعلى الطرق السريعة . وبشرط أن تكون هذه المكاتب مزودة بأحدث المعلومات التى تهم السائح سواء النشرات الشارحة للمعالم السياحية أو معلومات تفيد السائحين فى مشترياتهم أو أسعار الخدمات السياحية فى مختلف المناطق السياحية خلال فترات الذروة من الموسم وخارجها والمتاحف والعناوين وأرقام التليفونات الهامة ، ودرجات الحرارة والرطوبة النسبية وعادات وتقاليد السكان فى المناطق السياحية المختلفة ، وكيفية الاقتصاد فى تكاليف السفر الداخلى ووسائل النقل السياحى المختلفة المتاحة ، وأماكن الاقامة المختلفة المستوى وغير ذلك (١) .

(ز) **الاهتمام بمستويات الخدمة فى جميع المنشآت السياحية عن طريق رفع مستوى التدريب السياحى بمختلف أنواعه ومستوياته** . وهنا يجب أن تشرف الدولة على ما يتم فى مختلف المنشآت السياحية من تعليم وتدريب لضمان كفاينه أو ان تعهد بذلك الى مؤسسة أو هيئة متخصصة . ويحتاج الأمر فى ذلك الى وضع خطة محكمة للتعليم والتدريب (٢) .

٢ ـ رفع مستوى الاصالة فى الصورة السياحية :

ان الصورة السياحية لها جانبان بالغا الأهمية أحدهما من الناحية التسويقية والثانى من ناحية العرض السياحى .

والاصالة فى الصورة السياحية تعنى ان تكون الدولة السياحية مختلفة عن الدولة المصدرة للسياحة بقدر يسمح بأن تكون مثيرة وجذابة فى عيون السائحين

---

(١) درجت دول سياحية نامية أن تهتم بالجانب الدعائى والاعلانى فى نشراتها وكتيباتها واعلاناتها بالصحف أكثر من الجانب الاعلامى وهذا خطأ .

(٢) وضع المجلس القومى للانتاج والشئون الاقتصادية فى مصر خطة شاملة لتنمية مصادر الثروة البشرية عام ١٩٧٧ وهى خطة لم تر طريقها للتطبيق الكامل للاسف .

اذ تقدم لهم الاستجابة المطلوبة لدوافعهم من الجديد ومكان للهروب والتغيير ، وفى ذات الوقت تكون مماثلة فى ظروف الراحة والامان بقدر يسمح للسائحين بالطمأنينة وعدم الخوف من المجهول (١) .

ومما يجب التركيز عليه هنا أن معظم دول العالم السياحية تملك من الموارد الطبيعية أو الحضارية أو كليهما مما يؤهلها لتنمية السياحة فيها ، ولكن تهمل بعض هذه الدول جانب الاصالة الواجب توفره وتقلد غيرها ممن سبقها من دول سياحية فى مضمار التنمية السياحية تقليدا أعمى .

وخطأ ذلك ظاهر فى أن نجاح التجربة الاصلية لا يعنى أبدا نجاح تجربة التقليد لاختلاف البيئة الطبيعية والحضارية والبشرية والفنية والمادية من دولة الى أخرى ولأن السائحين يرغبون فى الاختلاف والتباين بين الدول المستقبلة لكى يتمتعوا بتجارب سياحية متعددة تثير كل منها جانبا من الاعتزاز بالتجربة لديهم يتحدثون عنها الى ذويهم واصدقائهم ومعارفهم .

ومن ناحية أخرى تتطلب الاصالة أن تعكس الدعاية السياحية الموجهة للاسواق السياحية المصدرة صورة صادقة عن عناصر العرض السياحى المتاح والا تتسم بالمبالغة ولا باسقاط أوصاف قد تؤثر فى دوافع السائحين ايجابيا او سلبيا ، لأن عدم الصدق ايجابيا أو سلبيا لابد يؤثر فى المستقبل السياحى للدولة ان عاجلا أو آجلا .

□ □ □

---

(١) مؤلفنا TOURISM MANAGEMENT الرجع السابق ص ٤٨ .

الباب العاشر

التفاعل بين تخطيط التنمية السياحية وحماية البيئة

يفيد تاريخ السياحة انها فى تطورها وازدهارها كانت نتاجا لتفاعلها مع البيئة والمكان .

فالمناخ المعتدل والمناظر الخلوية الجميلة وتضاريس الأرض الرائعة ذات الجاذبية من جبال وثلوج وصحراء وبحيرات وأنهار وشواطىء بحرية وشلالات وينابيع وغير ذلك كانت ضمن أهم المعالم التى ساعدت على توسيع قاعدة السياحة الدولية والداخلية فى العالم لانها كانت وماتزال مصدر سحر للانسان وسببا من أسباب راحته النفسية وسعادته الغامرة بنظره اليها واستمتاعه بقضاء بضع يوم أو يوم أو أكثر فى أحضانها فنبعث فيه الحيوية وتجدد نشاطه بعد أن انهكه العمل وروتين الحياة وتعقدها وتشابك متطلباتها .

وقد بدأ خبراء السياحة وعلماؤها فى العالم فى الاهتمام بالأثر المتبادل بين السياحة والبيئة منذ عهد ليس بالبعيد . فالبيئة الصالحة كما قلنا من اهم الموارد التى تساعد على تقدم السياحة وزيادة حركتها ، **وفى ذات الوقت فان استخدام** السياحة للبيئة قد يترتب عليه تدهور قيمتها فيؤدى الى تدمير عنصر من أهم العناصر **التى تقوم عليها السياحة فكأن السياحة تهدم نفسها بنفسها . ولكننا نسارع الى القول بأن تدهور البيئة وتلوثها لم يكن فى يوم من الأيام نتيجة للنشاط السياحى وحده . بل ان هذا التدهور وذلك التلوث يتسببان بصفة أساسية عن اتساع قاعدة الحياة المدنية وزيادة عدد السكان ، وانتشار غبار المصانع وعادم السيارات ووسائل النقل المختلفة وتقلص المساحات الخضراء فى كثير من مدن العالم الثالث بوجه خاص،** وتكون السياحة بذلك مجرد عامل مساعد على تدهور البيئة وزيادة حدة التلوث فى بعض الأحيان ان لم تتخذ الاحتياطات اللازمة لمنع ذلك فى التخطيط للتنمية السياحية .

وقد تضمن اعلان مانيلا (المؤتمر العالمى للسياحة) بتاريخ ٢٧ سبتمبر الى ١٠ أكتوبر ١٩٨٠ ما يلى :

« ان الموارد السياحية المتاحة فى مختلف الدول تضم المســاحات الأرضية والتسهيلات والقيم ، هذه هى الموارد التى لا يمكن أن يترك أمر استخدامها دون رقابة والا تعرضت لمخاطر التدهور أو التدمير » .

« ان الاستجابة لمتطلبات الســياحة يجب ألا تضر بالمصــالح الاجتماعية والاقتصادية لسكان المناطق السياحية أو البيئية او بالموارد الطبيعية التى تعتبر عوامل الجذب الأساسية للسياحة ، ولابالمواقع التاريخية والحضارية . ان جميع الموارد السياحية هى جزء من التراث الانسانى ولذلك يجب على المجتمعات الوطنية والمجتمع الدولى ككل أن تتخذ الخطوات الضرورية لضمان المحافظة عليها » .

« ان المحافظة على المواقع التاريخية والحضارية والدينية فى جميع الأحوال ، وبوجه خاص فى وقت الصدام ، هى واحدة من المسئوليات الأساسية للدول » .

وبتاريخ أول يوليو ١٩٨٢ وقعت منظمة السياحة العالمية وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة UNEP اعلانا مشتركا جاء فيه ما يلى :

« ان حماية وتحسين ورفع مستوى مختلف مكونات بيئة الانسان هى ضمن الشروط الأساسية للتنمية السياحية المتنافسة . وكذلك فان الادارة الرشــيدة للسياحة تساهم مساهمة كبيرة فى حماية وتطوير البيئة الطبيعية والتراث الحضارى وتحسين مستوى الحياة الانسانية » .

تعريف البيئة الطبيعية :

ويمكن تعريف البيئة الطبيعية بانها الاطار الخارجى الذى يجمع بصورة متكاملة العناصر الطبيعية والبيولوجية والحضارية والتاريخية حيث يعيش الانسان ككائن بشرى مع الكائنات الأخرى من نبات وحيوان وجماد فى كيان طبيعى ومصنوع موحد ومتناسق يسوده التجانس وعدم التنافر والصحة العضوية والنفسية والبقاء لكل عنصر من عناصر هذه البيئة . وهذا هو التوازن الطبيعى الذى خلقه الله عز وجل .

وللبيئة توازن (ديناميكى) تتفــاعل فيــه مجموعة من العنــاصر الطبيعيــة والايكولوجية والبشرية بحيث تؤثر على الانســان وتتأثر به فى اطار من الضوابط المتشابكة التى لم يتم التعرف عليها جميعا بعد .

وللبيئة على هذا النحوطاقة استيعابية معينة يمكن ان يطرأ عليها تغيرات نتيجة لتدخل النشاط الانسانى من عمرانى وصناعى وزراعى وســياحى **بحيث ان زادت هذه التدخلات عن الحدود المسموح بها أدى ذلك الى خلل يصعب اصلاحه أو تعويض مضاره وخســائره لانه يرتب اختــلالا فى التوازن الطبيعى المشــار اليــه .** ويتعذر التعرف على هذه الحدود الا بالقيام ببحوث ودراسات تخطيطية وايكولوجية

متعمقة تهدف الى رسم **حدود التقييم البيئى** . (وقد سبق ان عرضنا لذلك تحت عنوان تحديد الطاقة القصوى للمناطق السياحية) ، وهى حدود تختلف من منطقة الى أخرى وتستمد خصائصها من طبيعة موقعها على البحار المفتوحة أو البحيرات المغلقة أو على الأنهار أو فى الجبال أو فى أجزاء مختارة من الصحراء أو الغابات . ولعل أهم مبدأ يجب مراعاته فى هذا الشأن هو ضمان تجانس تصميم وتخطيط المشروعات السياحية وعدم تعارضها مع البيئة الطبيعية لكى تظل البيئة منتجة كمورد طبيعى أساسى لتحقيق التقدم الاقتصادى والاجتماعى والحضارى للانسان . **والبيئة الطبيعية ليست محدداً من محددات التنمية وانما هى مورد من مواردها وفرصة متاحة امام الانسان لاظهار ملكاته الخلاقة والمبدعة فى المحافظة عليها وتسخيرها لتحقيق غاياته واهدافه المشروعة .**

ولعل أهم وجوه الاهتمام بحماية البيئة من التدهور يكمن كما قال بعض العلماء الأمريكيين فى تطوير نظام النقل والمواصلات بشكل يهدف الى الترجمة السليمة لامكانيات البيئة فى أعين الزائرين ، وكذلك فان افساح المجال لنمو وازدهار الامكانيات الطبيعية النباتية والحيوانية Flora Fauna وابادة ما قد يكون فى البيئة من حيوانات وحشرات ضارة كالعقرب والعنكبوت والزواحف والبعوض والذباب وما فى الأرض من طفيليات وكل ما يكون غير مرغوب فيه يعتبر من أهم عناصر حماية البيئة الطبيعية وتحسين مستواها . وكذلك فان القضاء على المخلفات العضوية والبترولية من الشواطىء البحرية والتشدد فى الرقابة على مختلف ملوثات البيئة الأخرى وضمان مستويات عالية من السلامة والنظافة والصحة والصيانة يعتبر من أهم العوامل الرامية الى حماية البيئة وعدم تدهورها بالتلوث .

والتلوث هو كل تغيير فى الصفات الطبيعية للعناصر التى تتحكم فى البيئة التى يعيش فيها الانسان ، وأهمها الماء والهواء والتربة ، تغير يؤدى الى الاضرار بها نتيجة الاستعمالات غير المشروعة لهذه العناصر وذلك بسبب اضافة مواد غريبة عنها (١) . وقد يكون التلوث بيولوجيا أو كيميائيا أو اشعاعيا أو بالنفايات والمخلفات الضارة أو بعدم النظافة وغير ذلك .

وعلى صعيد آخر فان الاهتمام المتزايد بالمعالم الأثرية والأماكن ذات القيمة الحضارية يعكس عناية فائقة بترميم هذه المعالم وفق القواعد العلمية والتاريخية المسلمة لكى تبقى سليمة شاهدة على عظمة الحضارات البائدة وعلى ارتفاع مستوى الوعى الحضارى للاجيال الحالية التى تهدف الى تسليم هذا التراث قائما سليما الى الاجيال المستقبلة .

---

(١) راجع التقرير المقدم للمجلس القومى للخدمات عن اتجاهات عامة لعلاج المشاكل الرئيسية للبيئة فى مصر بجلسة ١٩٨٠/٦/١١ .

ولا جدال فى أنه كلما زاد هذا الاهتمام كان ذلك دليلا على الرغبة فى الحفاظ على القيم الطبيعية والحضارية والتى تؤدى منطقيا ومباشرة الى اســتغلال أمثل للبيئة يتمثل فى مظهر جمالى أفضل للمناطق السياحية .

تخطيط المساحات الأرضية للاستغلال السياحى (اللاندسكيب) أو تخطيط مســـطح الاجازات . Vacationscape

تعنى عبارة تخطيط مسطح الاجازات جملة البرامج التى تؤدى الى خلق بيئات سياحية مقبولة ومرضية ومشبعة لرغبات السائحين عن طريق ارتباط التصميم المعمارى والهندسى بتصميم وتخطيط المساحات الأرضية (اللاندسكيب) كاطار أرضى طبيعى يســـتغل ســـياحيا .

وهذا الاتجاه مركز على الجانب الجمالى مع الجانب الوظيفى Functional الذى يعنى تسخير النواحى الطبيعية والانشائية والحضارية والترويحية والصحية فى التصميم لكى تحقق استخداما أمثل وخدمات أوسع مدى وارفع مستوى لاشباع دوافع السائحين وتحقيق رغباتهم وفى ذات الوقت مقاومة مرور الزمن وضغوط الاســـتعمال .

ومن هنا نجد ان البيئة ومالها من ارتباط بحياة الانسان ، تدخل فى قطاعات مختلفة مثل النقــل والمواصــلات والاســـكان والمرافق والطــاقة والصـــناعة والزراعة والرى والســـياحة وغير ذلك .

فالنقل من حيث أنه يســـهل طرق الانتقال والربط بين المجتمعات المختلفة والتنمية الاقتصادية بالدولة ، الا انه قد يؤدى الى تلوث الهواء واحداث الضوضاء .

والاسكان والمرافق التى تشــمل التوســع العمرانى للمجتمعات الســـكانية ومشروعات الميــاه والكهرباء والصرف الصحى فهى واضحة المعالم فى علاقتها بالبيئة وتطورها واهميتها الحيوية والاقتصــادية ، الا انها تعتبر من الأســـباب الهامة لاحداث التلوث .

كذلك بالنسبة الى **الصــناعة والطــاقة** فهى عنصر أساسى ومباشر فى البيئة والعنصر المكمل للهواء والماء والغذاء فى ايجاد مجتمعات عمرانية منتجة ولذلك كان من الضرورى المحافظة على مصادر الطاقة الطبيعية والصناعية بل وايجاد مصادر جديدة لها .

أما الزراعة ، مع ارتباطها الوثيق بالرى ، فهى مصدر طعام الانســان ومؤثر فعال فى حياته ولابد من المحافظة عليها ضد التلوث البيىء ، بل ان انتشارها يؤدى بذاته الى تخفيف حدة التلوث البيئى مادامت الاحتياطات اللازمة قد اتخذت ضد تلوثها بالمبيدات الحشرية وغيرها .

ولا شك ان تنمية الوعى البيئى فى الشعب أمر لازم لأن فاعلية التشريعات البيئية لا يكتمل دون تنفيذ واع ، وهذا التنفيذ الواعى يتوقف على وعى الجماهير

والقواعد الشعبية التى يجب أن تحس بمشاكل تلوث البيئة وآثارها الضارة على الصحة . فضلا عن أن السـياحة الدولية والداخلية لا يمكن أن تنتعش وتنمو فى ظل بيئة ملوثة وغير صحية مهما ارتفع مستوى الخدمات والمنشـآت السياحية التى صنعتها يد الانسـان . ولذلك فانه يجب غرس الوعى البيئى فى نفوس النشء والاجيال الحالية والمستقبلية بتدريس علم البيئة ومبادىء حمايتها بالمدارس باعتباره علما أساسيا فى الدراسة ، مع التوعية والترشيد للجماهير عامة بوضع برامج اعلامية مدروسة تشترك فيها كافة أجهزة الاعلام من صحافة واذاعة وتليفزيون فى الدولة لتنمية الوعى البيئى .

وتلخيصا لما تقدم يبين أنه نتيجة لتداخل السياحة فى مجالات شتى للنشاط الانسانى وكذلك ارتباطها الوثيق بالبيئة الطبيعية لما تتطلبه تنميتها من تأثر بالبيئة الطبيعية وتأثير حتمى عليها ايجابيا أو سـلبيا تبعا لمـدى ما يتم من مراعاة للنظم والقواعدالمنظمة لهذا التأثير ، **فان السياحة يمكن أن تتصادم مع البيئة فتزيد من حدة التلوث ويمكن ان تنسجم مع البيئة فتخفف من حدة التلوث بأنواعه المختلفة حتى التلوث العمرانى** Urban pollution **والتلوث المعمـارى** Architecturall Pollution **والتلوث الضوضـائى** Noise Pollution

وبالتطبيق على مصر فاننا نجد أن كثيرا من مشروعات التنمية السياحية فى المناطق الشاطئية لم تراع فيها هذه الاعتبارات البيئية الهامة ، ولذلك فان بعض المراكز السياحية التى انشأتها بعض الجمعيات التعاونية على سـبيل المثال على الساحل الشمالى الغربى (المنطقة الأولى المنتهية عند العلمين) والتى أنشـأها بعض المستثمرين على ساحل البحر الأحمر عارية من كل تخطيط بيئى حريص على اقامة التوازن المطلوب بين التنمية السياحية والبيئة الطبيعية وخلوا من كل اعتبار جمالى كان يمكن آن يترتب عليه تحسين مسـتوى المنطقة لكى تصلح عنصر جذب سياحى دولى .

ولعل الذى حدث فى حلوان (التى كانت منطقة جذب للسياحة العلاجية وكان ينتظرها مستقبل كبير فى هذا المجال) من تلوث عمرانى وصـناعى أدى الى تلوث هوائى ومائى بوجه عام أدى الى انتهاء مسـتقبلها السـياحى ، يكـون وازعا لنا للاهتمام بالجوانب البيئية اهتماما كبيرا فى تخطيط التنمية السياحية فى مصر .

أسس التوازن بين التنمية السياحية البيئية فى مصر

ولتحقيق التوازن بين التنمية السياحية فى الدول السياحية بعامة وفى مصر بخاصة وبين البيئة يتعين أن تخضع مشروعات التنمية السياحية لتحليل متكامل يمكن ان نوجزه فى القائمة :

١ ــ الاطــــار الطبيعى :

ــ جيومور فولوجى	خصائص المساحات الأرضية والشواطىء البحرية والجبال وغير ذلك .
ــ جيولوجى	المواد الاولية ــ التربة وما تحتها .
ــ منـــاخى	الرياح ــ الحرارة السطوح الشمس ــ البحر .
ــ بيولوجى	الثروة النباتية والمساحات المنزرعة ــ حماية البيئة الطبيعية واعادة التشجير ــ الثروة الحيوانية .
ــ هيدرولوجى	التيارات البحرية ــ المياه الجوفية .
ــ صحى	تلوث الهواء ــ تلوث المياه ــ العوامل السلبية الأخرى الموقف الصحى بوجه عام .

٢ ــ القيــم الحضـــــارية :

ــ المواقع الأثرية	وضع أولويتها وطرق استغلالها سياحيا.
ــ المعالم التاريخية	الاستثمارات الرئيسية فى المواقع الجديدة
ــ المعالم الحديثة	والمشرعات المختلفة .
ــ المغريات الحضارية	الفولوكلور ــ المهرجانات ــ النشاطات
ــ القيم الفنية الجمالية	الحضارية والثقافية الأخرى .

٣ ــ الظروف الاجتماعية والاقتصادية :

ــ الجوانب الديموجرافية	الشرائح بحسب السن والمهنة والتطور السكانى والهجرات البشرية .
ــ محيط السـكنى	هياكل التجمعات السكانية وتطورها ــ مستوى الخدمات والتجهيزات .
ــ مستوى المعيشة	الدخل وتكاليف المعيشة ــ الصحة العامة التأمينات الاجتماعية .
ــ التعـــدين	امكانيات استخراج الثروة المعدنية المتوفرة
ــ الصـــناعة	مختلف جوانب الانتاج الصناعى ــ مدى تأثيرها على المحيط الحياتى والبيئية .
ــ الزراعـــة	التخصص الزراعى فى المنطقة ــ التوسع الانتاجى فى الزراعة عن طريق التكامل الراسى والتكامل الأفقى ــ مدى امكانيات التحسين فى المحاصيل الزراعية ــ مدى الاكتفاء الذاتى وامكانيات التصدير .

ـــ الصناعات اليدوية	أنواعها ومستوى جودتها .
ـــ الثروة السمكية	أنواعها ـ ومدى كفايتها ومستوى جودتها.
ـــ التجهيزات الأساسية للحياة المدنية	أنواعها وطاقاتها ومستواها .

٤ ـ البنيـــة الأســـاسية :

ـــ النقل والمواصلات والاتصالات	الطرق ـ النقل البحرى والنقل الجوى والنقل الجوى المتاح ـ البنيه اللازمة لوسائل النقل . الشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية .
ـــ اقتصاديات المياه	مدى توفر مياه الشرب عن طريق المجارى المائية أو عن طريق المياه الجوفية ـ تكلفتها .
ـــ الطـــاقة	مصادرها التقليدية والجديدة امكانيات توزيعها واقتصادياتها ـ مدى تأثيرها على البيئة الطبيعية .

٥ ـ التجهيـــزات الســياحية :

ـــ منشـــآت الاقامة	مستوياتها وطاقاتها ومدى نجاح استغلالها
ـــ المطـــاعم	
ـــ المنشـــآت الترويحية والرياضية	المسارح ـ دور السينما ـ صالات الرقص ملاعب وصالات المسابقات الرياضية ـ المرافىء الترفيهية ـ ملاعب الجولف ـ مدى تجهيز الشواطىء .
ـــ التجهيزات الســياحية التجارية	محلات بيع المواد الغذائية ـ ومحلات أدوات الرياضة والملابس ـ والمكتبات والجراجات ... الخ
ـــ تجهيـزات الاسـتقبال السياحى	وكالات السفر والسياحة ـ مكاتب تأجير السيارات ـ المرشدين ـ مكاتب الاستعلامات مكاتب العلاقات العامة وغير ذلك .
ـــ تجهيـــزات الصـــحة البدنيـــة	الحمامات ـ الينابيع المعدنية والكبريتية وتجيهزات السونا والتدليك وغير ذلك .

مكان المتامية البيئية فى خطط التنمية الســياحية :

لم تتضمن خطط التنمية الســياحية فى مصر على تعددها سواء اكانت خطة قومية (وهى التى وضعها فريق الخبراء الألمان شتايجنبرجر) **أو خططا اقليمية للساحل الشمالى الغربى وساحل البحر الأحمر وسيناء وبحيرة السد العالى مواجهة المشكلات البيئية بوضع أسس لحمايتها وتحقيق التوازن بينها وبين التنمية السياحيه فى تداخلها مع سائر قطاعات الانتاج والخدمات اللهم الا خطة تنمية سيناء** (التى وضعها المكتب الاستشارى الأمريكى ديمس آندمور) اذ عرضت تلك الخطة فى الجزء الرابع منها لبيئة سيناء ولكن بما لا يكفى لتغطية ما نحن بصدده .. **اما الدراسة الوحيدة التى تناولت البيئة بالدراسة والتحليل الكافى فهى الدراسة**

الهيكلية والسياحية لشمال سيناء والتى يقوم بها المكتب العربى للاستشارات الفنية بالاشتراك مع مكتب الخبرة الأمريكى بانيل كيرفورستر (التقرير الأولى من أربعة اجزاء اذ خصصت الجزاين الثانى والثالث لدراسة الموارد السياحية من مناخ وطبوغرافيا الأرض ، والشواطىء البحرية وخصائصها من نحر وترسيب والتيارات البحرية السائدة ، ومصدر المياه المتاحة ، والتلوث ومصادره ، وأنواع المساحات الارضية المتاحة وتقييمها ، وأنواع الطيور المحلية والهاجرة والمعالم التاريخية والحضارية ، ثم معايير اختبار المواقع المتميزة للتنمية السياحية ..الخ

وترتيبا على ما تقدم ، فانه يجب التزام الحزم فى ان يتبنى تخطيط كل اقليم او منطقة سياحية أو مركز سياحى الاعتبارات البيئية المختلفة ، والا يسمح بوضع خطة تنمية سياحية أو تنمية اقليمية متكاملة الا وحماية البيئة جزء أساسى من اجزائها . بل ان تنفيذ المشروعات السياحية الجديدة يجب ان يكون فى داخل هذا الاطار البيئى حتى يمكن لمصر ان تجنى ثمار التنمية السياحية بشكل يساعدها على الخروج من المشكلة الاقتصادية التى تعانى منها الآن .

الأسس المقترحة لتحقيق التوازن المنشود :

١ – ان وضع المستويات البيئية العامة المقبولة والالتزام بها هو مسئولية السلطات العامة المختصة آخذة فى اعتبارها « الأهداف الاجتماعية المختلفة والأولويات المتعلقة بحماية البيئة والدرجات المختلفة للتصنيع والكثافة السكانية » وينطبق نفس الحكم على وضع المستويات فى المناطق المستقبلة للسياحة لكى يمكنها التوافق مع ما يتوقعه السائحون من شروط بيئية ففى المناطق السياحية يجب أن تكون المستويات مصممة بما يتفق مع متطلبات وقضاء أوقات للفراغ والاستجمام لدى السائحين وهذه المستويات يجب أن تأخذ فى اعتبارها الامكانيات التمويلية لهذه المناطق كل على حدة

٢ – يجب أن تتواكب خطوات التنمية السياحية مع الظروف البيئية فى المنطقة السياحية المعينة ويجب أن يوجه الاهتمام الى تنمية الزراعة وزيادة المناطق الخضراء لكى يمكن مواءمة السياحة مع السياسات البيئية .

٣ – نظرا لأن النماء المستمر المنظم لصناعة السياحة يتوقف على صيانة الموارد التى تقوم عليها ، فان السلطات يجب أن تتأكد أن المتعاملين فى الخدمات والتسهيلات السياحية للسائحين يجب أن يمتثلوا للمتطلبات التى توجهها حماية المنطقة واحترام التقاليد الحضارية وهذه يمكن تحقيقها عن طريق التشريع الذى يضع الحدود التى تكفل المستويات العالية من الخدمات والتسهيلات وضمان صدق وانضباط المعلومات البيئية المقدمة للسائحين المتوقعين .

٤ – من اجل الحفاظ على الموارد الطبيعية والحضارية والمصنوعة – وهى عناصر

الجذب الرئيسية للسياحة ـ فان من الضرورى ان تضع السلطات الرسمية الارشادات البيئية لخطط تنمية السياحة ، وبوجه خاص فيما يتعلق بقيمة الهواء والماء وحماية التربة ، والمحافظة على التراث الطبيعى والحضارى وقيمة مراكز الاسكان البشرى .

٥ ـ **يجب أن تراقب السلطات المحلية المختصة تزويد المناطق السياحية بكل ما يلزم من تدابير خاصة بالصرف الصحى ، ومنع التلوث الضوضائى ورقابة الكثافة البنائية وكثافة حركة النقل اليها وبداخلها .**

٦ ـ **يجب تبنى كافة أنواع الحوافز فى القطاعين العام والخاص لامتداد الطلب السياحى فى البعدين المكانى والزمنى بحيث يمكن تفادى الضغوط على البيئة ، ولذلك فانه يجب تشجيع نهايات الاسبوع المرنه والاجازات المتنوعة والمواسم.**

٧ ـ يمكن على ضوء ما سبق ، ومن الوصف المؤسس على تحديد الطاقة القصوى للمساحات الأرضية اعداد تقرير تخطيطى يحدد استيراتيجية المواقع التى يجب تنميتها من ناحية وتحسين البيئة من ناحية أخرى ، **وأدخال التنمية السياحية ، البعدين المكانى والزمنى بحيث يمكن تفادى الضغوط على البيئة، واستخدامات الأراضى .**

٨ ـ **يجب أن تكون القرارات المتعلقة بخطط التنمية السياحية مبنية على المعلومات الكاملة المتاحة والمتعلقة بالآثار البيئية** ، فاذا لم تكن هذه المعلومات والبيانات كافية فانه يجب البحث عنها . ويجب استخدام طرق تقييم الآثار البيئية فى مشروعات البيئة السياحية الكبيرة لكى يتم تقييم الضرر المتوقع حدوثه فى البيئة فى ضوء النمو السياحى المتوقع والمتنبأبه والطلب فى أوقات الذروة .

ويجب اعتبار مواقع بديلة للتنمية مع أخذ المحددات المحلية وحدود الطاقة القصوى البيئية فى الحسبان . وهذه الطاقة القصوى تشمل العناصر الطبيعية والايكولوجية والاجتماعية والحضارية والنفسية .

٩ ـ باعتبار أن الطاقة القصوى ستختلف من موقع الى آخر ، فانه يجب استخدام التشريع لوضع حدود على التنمية فى المناطق الحساسة التى تتطلب حماية خاصة لأسباب معينة ، ومن امثلة ذلك القانون رقم ١٠٢ لسنة ١٩٨٣ فى شأن المحميات الطبيعية الذى نص على حظر أية اعمال أو أنشطة أو اجراءات من شأنها تدمير أو اتلاف أو تدهور البيئة الطبيعية أو الاضرار بالحياة البرية أو البحرية أو النباتية أو المساس بمستواها الجمالى بمنطقة المحمية .

١٠ ـ يتعين على السلطات الحكومية المختصة المركزية والمحلية أن تراقب حالة البيئة فى المناطق السياحية الهامة وتقييم التغيرات فى قيمة البيئة داخل

هذه المناطق ، ولا شك أن المعلومات التى ستنتج من هذا التقييم ستكون ذات أهمية كبيرة فى اتخاذ القرارات الاستراتيجية للسياحة .

١١ ـ يختلف وضع السياسات والبرامج المتصلة بقيمة البيئة والتنمية حسب انواع المواقع الآتية :

ــ مواقع سبقت تنميتها سياحيا وبها طاقة تسمح بتنمية جديدة فى حدود الاعتبارات البيئية .

ــ مواقع قابلة للتنمية كمناطق سياحية جديدة وهذه يوضع لها تخطيط ابتدائى تراعى فيه كل الاعتبارات التى تحقق التوازن بين التنمية السياحية والبيئية .

ــ مواقع تتطلب اجراءات علاجية وتصحيحية من وجهة نظر بيئية .

١٢ ـ بينما يتعين على السائحين الالتزام بقوانين الدولة التى يزورونها ، فانه يجب على وزارة السياحة أن تقوم بتزويد السائحين بمعلومات عن كيفية احترام المناطق الحساسه بيئيا والحضارية .

وتنهض بأختصاصها عن طريق وضع ملصقات وتوزيع نشرات فى المناطق السياحية وكذلك عن طريق ادخال السلوكيات المناسبة فى المناطق ذات الأهمية الطبيعية والحضارية ضمن البرامج المدرسية بالاتفاق مع وزارة التعليم .

١٣ ـ ويجب على الحكومة ان تأخذ فى اعتبارها مختلف الآراء ووجهات النظر للسكان المحليين بالنسبة الى الآثار البيئية للمشروعات السياحية سواء عن طريق المساهمة العملية فى اتخاذ القرارات أو عن طريق الاستشارة قبل اتخاذ القرار . فهذه الاجراءات من شأنها تحسين انتفاعهم لدى المجتمعات المحلية واقتناعها بأن المحافظة على الموارد السياحية فى المدى الطويل هو سياسه اقتصادية ناجحة على المستوى المحلى والقومى .

١٤ ـ **أن تمويل مشروعات حماية البيئة لحماية المواطنين والسائحين هو تكليف عام** ولذلك فانه يجب ان تخصص له نسبة من الدخل السياحى القومى بالاضافة الى الامكانيات المالية لصندوق التنمية والبيئة بمجلس الوزراء .

١٥ ـ **أن الخطط المقترحة للتنمية السياحية ـ سواء على المستوى القومى أو الاقليمى أو المحلى ـ يجب أن تخضع لدراسات تحليل التكلفة والمنفعة ، ودراسات التحليل المالى لتحديد آثارها على المناطق المختلفة ، فضلا عن ضرورة اشتمالها على بند يتعلق بتمويل تدابير حماية البيئة .**

□ □ □

الباب الحادى عشر

الخطط الخمسية لتنمية السياحة فى مصر

الفصل الأول

التصور المبدئى للملامح الرئيسية
٨٢/٨٣ – ١٩٨٧/٨٦
لخطة التنمية السياحية (١)

تحتل السياحة مكانة بارزا بين عناصر التجارة الدولية ، وهى تنمو بمعدلات تفوق معظم عناصر التجارة الدولية ، وتشير الاحصاءات الدولية الى أن حجم السياحة قد ارتفع من ٢٤٠ مليون سائح عام ١٩٧٦ الى حوالى ٢٩٠ مليونا عام ١٩٨١ ، وان الانفاق السياحى ارتفع من حوالى ٥٤ بليون دولار عام ١٩٧٦ الى حوالى ١٠٦ بلايين دولار عام ١٩٨١ .

وهذا يعنى أن متوسط الزيادة السنوية فى عدد السائحين دوليا ، يصل الى حوالى ٣ر٨٪ بينما متوسط الزيادة السنوية فى الايرادات السياحية الدولية يصل الى حوالى ١٥ر٢ ٪ .

وفى مصر وصل مجموع السائحين القادمين اليها عام ١٩٧٦ الى حوالى مليون ، ارتفع الى حوالى ١ر٤ مليون بزيادة متوسطة ٨ر٢٪ ، وتبلغ النسبة التى حصلت عليها مصر من السياحة الدولية عام ٨٠ حوالى ٥ر٪ ، بينما حصلت منطقة الشرق الأوسط على حوالى ٥ر٥ مليون سائح عام ٨٠ ، كان نصيب مصر منها ٣٠٪ فى المتوسط .

ويساهم القطاع السياحى فى الناتج القومى بنسبة تتراوح بين ٥ر٥٪ تحققت عام ٧٧ وبين حوالى ٢ر٥٪ كنسبة تحققت عام ٨٠ ، وهى نسبة متناقصة على أساس أرقام التحويلات المصرفية اما على أساس تقدير الايرادات السياحية بالمتسرب الى السوق من العملة فتصل هذه النسبة الى حوالى ٦٪ عام ١٩٨٠ ، ويرجع التناقص فى الدخل السياحى الى عوامل مختلفة اهمها الفرق الكبير فى اسعار الصرف داخل البنوك وخارجها .

---

(١) عن وضع وزارة السياحة

اهم المعوقات التى تواجه التنمية السياحية فى مصر :

١ ـ الظروف السياسية التى تسود منطقة الشرق الأوسط .

٢ ـ ارتفاع أسعار النقل الجوى بالاضافة الى بعد المنطقة عن الأسواق المصدرة للسائحين حيث أن أكثر من ٨٠٪ من السائحين يستخدمون الخطوط المنتظمة.

٣ ـ عدم الاهتمام بتحسين الظروف البيئية واهمالها فى كثير من الاحوال (الصرف الصحى ـ التلوث ـ الضوضاء ـ المتسولون ـ سائقو التاكسى ـ الجمالة ... الخ) .

٤ ـ عدم توفر الوعى السياحى بين الجماهير ، وبين الجهات التى تتعامل مع السائحين (الجوازات ـ الجمارك ـ البنوك ـ الموانى ـ شركات السياحة .. الخ) .

ـ سوء حالة المرافق العامة داخل المدن الرئيسية والمناطق السياحية ، والاعتماد على مناطق محدودة للجذب السياحى تعانى من ضغط الطلب عليها .

ـ تعدد الجهات التى تسهم فى خدمة السياحة وتشابكها ، وغياب التنسيق الواجب فيما بينها (الآثار ـ التعمير ـ المحليات ـ الاستثمار .. الخ).

ـ استغلال السائح فى كثير من الخدمات التى تؤدى اليه سواء فى النقل أو الاقامة أو اماكن الزيارة المختلفة .. الخ ، الأمر الذى يؤثر تأثيرا سيئا على التنمية السياحية .

ـ المغالاة فى أسعار الخدمات السياحية التى تسببت فى تحويل المزيد من السياحة الداخلية باستمرار الى الخارج ، وحدت من جذب وفود السياحة الى مصر نتيجة لمنافسة أسعار بعض دول البحر المتوسط لمصر.

ـ قصور أساليب التسويق السياحى المتبعة سواء فى أسواق الدول المصدرة للسائحين أو فى البلاد السياحية المجاورة نتيجة لقصور الاعتمادات المالية المخصصة لهذا الغرض .

الهدف الواجب والممكن تحقيقه :

قدرت الخطة الخمسية ٨٣/٨٢ ـ ٨٧/٨٦ معدلا للنمو السياحى قدره حوالى ٦٪ سنويا وهذا المعدل بالقطع لا يتناسب مع امكانات مصر السياحية ، وفى تقديرنا انه يمكن تحقيق معدل اعلى يصل الى حوالى ١٠٪ سنويا ، كما يمكن زيادة مساهمة القطاع السياحى فى الناتج القومى الى نسبة تتراوح ما بين ٨ ـ ١٠٪ فى نهاية الخطة اذا تم الالتزام بالسياسات اللازمة لمواجهة العقبات الحالية .

السياسات المقترح تنفيذها :

(أ) السياسة قصيرة المدى :

١ ــ تحقيق قدر أعلى من التنسيق بين الأجهزة المركزية والمحلية .

٢ ــ الالتزام ببرامج زمنية للانتهاء من المشروعات العامة والخاصة على السواء مع العمل على حل مشاكلها .

٣ ــ مراجعة أسعار الخدمات السياحية دوريا بما يحقق الاقبال عليها وبالتالى ارتفاع عائد التشغيل مع تخفيض الأسعار خارج الموسم السياحى بالقدر الذى يشجع السياحة الداخلية .

٤ ــ العمل على تبسيط الاجراءات الخاصة بدخول وخروج السائحين وكافة الأعمال المتعلقة بهذا المجال .

٥ ــ التوسع فى الطيران العارض والعبارات .

٦ ــ وضع لائحة خاصة للعاملين بالقطاع السياحى تتفق مع طبيعة عملهم وظروف المنافسة .

السياسة متوسطة المدى ــ (الخطة الخمسية الحالية) :

١ ــ فتح مناطق سياحية جديدة يتم تخطيطها (البحر الأحمر ــ سيناء ــ الساحل الشمالى ــ المنيا ــ الواحات .. الخ) مع النهوض بالمناطق التقليدية.

٢ ــ تقديم التسهيلات اللازمة لتشجيع الاستثمار الخاص ، مع قصر الاستثمار الأجنبى على المشروعات التى تدر دخلا بالعملات الأجنبية ، تحديد مناطق التنمية السياحية وتخطيطها ــ توفير المرافق العامة ــ تسهيل اجراءات منح التراخيص وتحديد جهة واحدة للتعامل مع المستثمر ... الخ .

٣ ــ تدريب واعداد القوى العاملة فى المجال السياحى .

٤ ــ تطوير القطاع العام السياحى .

٥ ــ الاهتمام بالتسويق السياحى وبالذات فى الأسواق المصدرة الجديدة .

٦ ــ نشر الوعى السياحى بين المواطنين وتدريب الأجهزة المتصلة بالعمل السياحى.

٧ ــ التخطيط لاطالة مدة بقاء السائح فى البلاد وذلك بالاهتمام بالسياحة الترويحية وتوفير وسائل الترفيه والعلاج والرياضة والدعوة لاقامة المؤتمرات الدولية عن طريق توفير وسائل خدماتها ... الخ .

٨ ــ الاهتمام بالصناعات البيئية والتذكارات السياحية والفنون الشعبية .

٩ ــ تشجيع السياحة الداخلية للمواطنين بتوفير خدمات سياحية تناسب قدراتهم.

الفصل الثانى

الاطار العام للخطة الخمسية الثانية للسياحة (١)

(٨٧/٨٨ - ٩١/١٩٩٢)

مقـــــــدمة :

الخطة الخمسية الحالية ٨٢/٨٣ - ٨٦/٨٧ أهدافها وما تحقق منها :

تحددت أهداف الخطة الخمسية الحالية فى مجال الســـياحة فى نوعين من الأهداف :

(أ) هدف كلى تمثل فى :

* بذل كافة الجهود فى مجالات التســـويق لتحقيق التشغيل الامثل للامكانيات السياحيه المتاحة والتوسع فى مناطق جديدة للتنمية السياحية بهدف الوصول الى ٢ر٥ مليون سائح فى نهايه الخطـة يقضون حوالى ١٧ر٥ مليون ليلة بمتوسط اقامة يبلغ حوالى ٧ ليـال .
* الوصول بالدخل الســـياحى الى ٢ر٥ مليار دولار عام ١٩٨٧ .
* اضافة طاقة ايوائية جديدة تقدر بحوالى ٢٩ الف غرفة خلاف طاقات النقـل السياحى بوسائله المختلفة .
* توفير ٥٠ الف فرصة عمل فى المنشآت السياحية خلاف العمالة غير المباشرة .

(ب) هدف نوعى تمثـل فى :

* دعم الصورة الســـياحة السليمة لمصر .
* تحقيق انتعاش اقتصادى داخلى نتيجة لتبادل النقد ونتيجة لمكرر الانفـاق الســـياحى .
* تحقيق تنمية ســـياحية متوازنة لكافة المناطق من خلال تنويع عوامل الجذب الســـياحى .
* خلق انماط سياحية جديدة بالاضافة الى الانماط التقليدية .
* تنشيط الســـياحة الداخلية .

---

(١) من وضـع وزارة السياحة .

النتـــائج التى تحققت :

العـــام	عدد الســـائحين	عدد الليالى السياحية
٨٢	١ر٤٢٣ر٢٥١	٩ر٣٠١ر٣٩٠
٨٣	١ر٤٩٧ر٩٣٢	٨ر٨٥٦ر٧٤٩
٨٤	١ر٥٦٠ر٤٦٠	٨ر٥٧٢ر٢٠١
٨٥	١ر٥١٨ر٤٢٦	٩ر٠٠٧ر٠٥٣

من البيان السابق يتبين أن الخطة الحالية لم تحقق النتائج المســـتهدفة وفى الحقيقة فقد واجه تنفيذها عدد من المتغيرات حالت دون تحقيق اهدافها المذكورة اذ أنه بالنسبة للسياحة الدولية فقد سجلت زيادة سنوية طفيفة فى اعداد السائحين فيما بين عامى ٨٢ ــ ١٩٨٤ تراوحت بين ٥ر٠٪ ، ٤ر٢٪ وهى تقل كثيرا عن المعدلات السابقة التى تحققت فى فترات أخرى بينما انخفضت الليالى السياحية بحوالى ١٢٪ ويرجع ذلك الى المتغيرات الاقتصادية الدوليه التى اثرت فى حركة السياحة الدولية اذ هبط عدد السائحين الدوليين على المستوى العالمى من ٢٩٠ مليون سائح سنة ٨١ الى ٢٧٩ مليون ســـائح ســـنة ٨٢ ثم الى ٢٨٦ مليون ســـائح ســـنة ٨٣ ثم الى حوالى ٢٩٠ مليون ســـائح ســـنة ١٩٨٤ وعلى ذلك لم تحقق الســـــياحة الدولية معدلات النمو المتوقعة بينما زادت السياحة المحلية للمواطنين على المستوى العالمى الى اضعاف ما كانت عليه حيث فضل مواطنو كل بلد السياحة محليا نتيجة للازمات الاقتصــــادية .

هذا كما أثرت فى حركة السياحة الدولية الى مصر حالة التوتر العســـــكرى والسياسى بمنطقة الشرق الاوسط ، وعدم وضوح السياسات الاقتصــادية بالبلاد بالاضافة الى قصور البينية الأساسية بالقاهرة والمناطق التقليدية ومناطق الجذب الجديدة على السواحل **وقد أدى كل هذا الى عدم الوصول الى المعدلات المستهدفة فى الخطــة الحــالية .**

اهداف الخطــة الخمســية الثانيه للســياحة ٨٧/٨٨ ــ ٩١/١٩٩٢ :

(أ) هدف قطاعى يتمثل فى تحسين الموقف التنافسى لمصر ســـياحيا .

(ب) هدف اجتماعى يتركز فى الاسهام ايجابيا فى رفع مســـتوى معيشة المواطن وتحسين ظروف حياته .

(ج) هدف اقتصادى يخلص فى تعظيم العائد من الاستثمار السياحى وزيادة موارد الدولة من النقد الأجنبى .

وعلى المستوى القطاعى فانه من المعروف ان نصيب مصر من حركة الســياحة الدولية يدور فى حدود ٥ر٪ وهو ما وصل الى حوالى ٠٠٠ر٥٦٠ر١ سائح عام ١٩٨٤

وتفيد مؤشرات الحركة السياحية الدولية أن هذه الحركة تتزايد بمعدل ٤٪ سنويا بما يعنى أن عدد السائحين الدوليين المتوقع وصولهم الى مصر فى السنة الأخيرة من الخطة الخمسية الحالية (عام ١٩٨٧) سيكون فى حدود ١ر٨ر١ مليون سائح.

بمتوسط اقامة ٦ ليال أى أن عدد الليالى السياحية سوف تصل الى حوالى **١٠ر٨ مليون** ليلة بزيادة ٢٠٪ عن **المحقق عام ١٩٨٥ .**

— وبالنسبة لليالى السياحية خلال سنوات الخطة الخمسية الحالية فقد اتسمت بالكثير من التذبذب وسجلت ميلا مستمرا الى التناقص لم يتعد الزيادة الا بنسب طفيفة مع عام ١٩٨٥ **وقد تراوح متوسط مدة الاقامة خلال هذه السنوات بين ٥ر٤ ، ٧ ليلة .**

— وايا ما كان الرأى فى الأسباب الكامنة وراء هاتين الظاهرتين فان الثابت هو أن مصر لم تستطع أن **تستقطب من الحركة حجما يتمشى وامكانياتها السياحية** كما انها لم تستطع أن تقدم لمن تمكنت من استقطابهم ما يبرر الاحتفاظ بهم لمدد اطول ، ومن ثم أصبح أول ما ينبغى الالتزام بتحقيقه — على المستوى القطاعى هو تجاوز هذين الاختناقين : **قلة اعداد السائحين وانخفاض متوسط مدة الاقامة .**

— يمثل **((تحسين الموقف التنافسى لمصر سياحيا))** الحل الامثل لتجاوز هذين الاختناقين ، وبالتالى فهو يمثل الهدف القطاعى الرئيسى للخطة الخمسية الثانية ٨٧/٨٨ — ٩١/١٩٩٢ .

والمدخل الرئيسى فى تحديد أبعاد هذا الهدف يخلص فيما يلى :

(أ) ان مصر احدى الواجهات السياحية الموجودة على خريطة العالم السياحية والتى يتحدد موقع كل وجهة عليها من واقع ما تستطيع أن توفره من منتج سياحى يلبى احتياجات الشرائح الأعرض من المستهلكين .

(ب) **ان مصر — جغرافيا — تقع فى حوض البحر المتوسط حيث توجد شمالا الدولتان الاعظم سياحيا وهما ايطاليا واسبانيا** ، وحيث توجد مجموعة من الدول ذات الثقل السياسى المتزايد مثل **اليونان ويوغوسلافيا ، الى جانب دول جنوب غرب البحر المتوسط وهما تونس والمغرب ، والدول الجزر مثل قبرص ومالطة** وكلها دول جاذبيتها الجماهيرية تتفوق كثيرا على الجاذبية الجماهيرية المتاحة حتى الآن لمصر .

(جـ) أن مصر — سياسيا — احدى دول منطقة الشرق الأوسط ، وهى منطقة لها تداعيات مضادة فى اذهان الكثيرين ، وتقف سمعتها — كمنطقة اضطرابات وصراعات وحروب — حجر عثره امام احراز تقدم سياحى مؤثر وفعال .

ان موقع مصر السياحى عالميا واقليميا ، وظروف المنطقة السياسية التى توجد بها تحدد لها بذاتها مجموعة العناصر التى ينبغى أن تتضمنها استراتيجيات وسياسات العمل السياحى على المستوى القومى ، وهى تتوالى على النحو التالى :

(أ) ضرورة العمل على رفع مستوى الخدمات السياحية مع التركيز على النقاط التالية :

١ ــ تطوير نظم وأساليب الادارة .

٢ ــ **توفير وتأهيل وموالاة تدريب العنصر البشرى** ، سواء كان عمالة مباشرة أو غير مباشرة .

٣ ــ استخدام المعدات والتجهيزات الحديثة والمتطورة .

٤ ــ تحديث وتجديد المنشآت والمرافق السياحية القائمة .

(ب) اتخاذ خطوات جادة وعلمية لتنويع المنتج السياحى المصرى ــ وهو اساسا ذو طابع ثقافى ــ عن طريق :

١ ــ استغلال مرغبات سياحية جديدة على السواحل مع التركيز على منطقتى البحر الأحمر وسيناء الجنوبية لصالح السياحة الدولية والساحل الشمالى الشرقى والغربى للسياحة المحلية ، الى جانب الاتجاه الى مناطق جديدة فى الوادى وبالذات اقليم شمال الصعيد (المنيا ــ بنى سويف ــ الفيوم) ومناطق ذات جذب خاص خارج الوادى مثل واحة سيوه ، الوادى الجديد ، والواحات البحرية .

٢ ــ تطوير البرامج السياحية لايجاد حركة تتزايد تدريجيا ، وبالتوازى مع التنمية السياحية المتحققة ، المرغبات الجديدة .

(جـ) ايجاد روافد لتغذية الطلب السياحى عن طريق سياسات تسويقية تحقق :

١ ــ توسيع قاعدة الطلب فى الأسواق القائمة ، ومواجهة المنافسة المتزايدة فيها .

٢ ــ **خلق طلب يتزايد مع الوقت** فى أسواق جديدة **مثل اليابان فى الشرق الأقصى واستراليا وبعض البلاد الأوروبية التى لا تتحصل منها مصر الا على انصبه هامشية .**

٣ ــ استعادة الحركة مع بلاد أوروبا الشرقية ، خاصة وان لدى مصر الآن طاقات ايوائية متوافرة من مستويات تتمشى والقدرات الانفاقية للسياح ابناء هذه البلاد .

اعادة رسم صورة الدولة السياحية بالتركيز على :

١ ــ **وجود مستوى خدمات مرتفع ومنافس** لمستويات الخدمة فى البلاد المنافسة ، ويتمشى مع المستويات العالمية .

٢ ـ **توافر مزيج جاذب مركب** (آثار + ترويح) .

٣ ـ **وجود برامج منوعة متعددة البدائل والاختيارات** (سياحة ثقافية ، سياحة ترويحيه وشواطىء ، سياحة مؤتمرات ، علاجية ، رياضية ، دينية ، مغامرات) .

على المستوى الاجتماعى فان تنمية وتنشيط السياحة ينبغى أن يؤدى الى :

(أ) **الترقى بالذوق العام ورفع المستوى** الجمالى وزيادة كفاءة المرافق فى مناطق التنمية السياحية .

(ب) **الحفاظ على البيئة ومنع التلوث** بكافة أنواعه .

اعتبار حركة السياحة الداخلية اداة لرفع المعنويات وزيادة الانتماء وتحسين الصحة النفسية والبدنية للمواطنين والمقيمين + الحد من السياحة الخارجية للمواطنين .

(جـ) الاستفادة من حركة السياحة الدولية فى اكتساب أصدقاء للدولة وزيادة التعارف مع تطلعاتها وطموحاتها وتقدير جهودها فى التنمية والتطوير ، الى جانب دفع عجلة التنمية الاجتماعية والحضارية عن طريق الاحتكاك المباشر بين المدنيين والوافدين .

ـ على المستوى الاقتصادى فان هناك ثلاثة أهداف رئيسية تسعى الخطة لتحقيقها هى :

(أ) تعظيم العائد من الاستثمارات السياحية عن طريق :

١ ـ تحسين نسب الأشغال وتطوير أساليب تشغيل المنشآت السياحية سواء القائمة أو المضافة والملاحظ فى هذا الصدد أن الطاقة الفندقية المقيمة سياحيا فى مصر حاليا يمكنها أن تستوعب حوالى ١٢ مليون ليلة سياحية فى الوقت الذى وصلت فيه هذه الليالى ٩ ملايين ليلة عام ١٩٨٥ فاذا استبعدنا منها الليالى فى غير الفنادق ـ مثل الشقق المفروشة ـ وهى تمثل نسبة مرتفعة اذا أخذنا فى الاعتبار أن حوالى ٤٠ ٪ من اجمالى حركة السياحة لمصر من السياحة العربية التى تبلغ نسبة لياليها حوالى ٤٦ ٪ من اجمالى الليالى معظمها فى غير الفنادق ، مما يعنى أن لدينا فاقدا هائلا فى طاقات المبيت الفندقية .

٢ ـ ايجاد منافذ أخرى للانفاق وبالذات فى العملات العامة مختلفة الطابع والمستوى بدلا من الاصرار على التركيز على المنشآت الفندقية .

٣ ـ النهوض بمستوى الصناعات التذكارية السياحية .

٤ — تبنى سياسات تسعيرية تأخذ فى الاعتبار تحقيق عائد مجز للاستثمارات وتفى بمواجهة الأعباء المتزايدة على المنشآت السياحية ، دون أن تؤدى الى اضعاف موقف مصر التنافسى وبما يراعى صالح المستهلك .

٥ — التخفيف على المستثمر وازالة ما يواجهه من معوقات وصعوبات .

(ب) زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبى عن طريق تطبيق سياسات نقدية تسمح بأن تنصب العائدات السياحية فى القنوات الشرعية .

(جـ) اقرار سياسة محددة المعالم النوعية ومستوى المنشآت السياحية التى تحقق الهدف القطاعى العامة باستغلال مرغبات جديدة وايجاد روافد مغذية للطالب السياحى بما يؤمن نسب إشغال مجزية ، على أن يرتبط ذلك بتحقيق نمو متزايد فى انتاجية الصناعات المعلية المغذية للتنمية السياحية وبتوازى معها

(د) أن هناك ضرورة لتحديد هدف كمى تسعى الخطة لتحقيقه ويعتبر مقياسـا لتحقيق الأهداف القطاعية والاجتماعية والاقتصادية المحددة ٪ وأداة للحكم على نجاح السياسات المرسومة .

تبلور الهدف الكمى الذى تسعى الخطة الخمسية الثانية ٨٨/٨٧ — ١٩٩٢/٩١ الى تحقيقه كما يلى : —

رفع نصيب مصر من حركة السياحة الدولية من ٥ر ٪ الى ما بين ٦ر ٪ و ٧ر ٪ وهو ما يعادل ٢٥ ٪ من نصيبها من حركة السياحة الدولية المتوقعة الى منطقة الشرق الأوسط والتى تقدر حاليا بحوالى ٢ر٥ ٪ من السياحة الدولية وبذا يكون تقدير نصيب مصر مع نهاية سنوات الخطة حوالى ٢ر٥ مليون سائح وهـذا الرقم يتمشى الى حد كبير مع الدراسات المختلفة التى أعدتها بيوت الخبرة التالية :

دراسة البنك الدولى (مشروع التنمية السياحية للاقصر) ٢ر٤ مليون سنة ١٩٩٠

دراسة بيت الخبرة (ايلاكو) ٢ر١ مليون سنة ١٩٩٠

دراسة بيت الخبرة الألمانى شتانيبرجو ٢ر٥ مليون سنة ١٩٩٠

دراسة بيت الخبرة تورزم بلان / المركز الدولى للادارة (مشروع التنمية السياحية للاقصر) ٢ر٥ مليون سنة ١٩٩٠ .

الوصول بمتوسط مدة اقامة السـائح الى ٧ ليال (حاليا ٥ر٨ ليلة) وبذا يقدر المستهدف من عدد الليالى السياحية مع نهاية سنوات الخطة الخمسية الثانية ١٩٩٢/٨٨ الى ١٧ر٥٠٠ مليون .

— بالنظر الى عدد الغرف الفندقية المتاحة مع نهاية الخطة الخمسية الحالية نجد انها تقدر بحوالى ٤٠ الف غرفة على أساس ان القائم فعلا يقدر بحوالى ٢٩ الف

غرفة موزعة بين القطاعين العام والخاص كما هو مبين فى جدول (١) يضاف اليها حوالى ١١ الف غرفة تحت الانشاء وينتظر افتتاحه خلال سنوات الخطة الحالية وبداية الخطة القادمة على النحو المبين فى جدول (٢).

وعلى أساس عدد الليالى السياحية المستهدف يصبح عدد الغرف اللازمة مع نهاية سنوات الخطة الخمسية الثانية ١٩٩٢/٨٨ هو حوالى ٥٠ الف غرفة وذلك دون استبعاد ٥٠ ٪ من الليالى السياحية للعرب المقضاة فى وسائل الاقامة غير الفندقيـــة .

جدول (١) بيان اجمالى الطاقة الفندقية

موزعة بين القطاعين العـام والخاص حتى عـام ١٩٨٥

	غـرف	النسبة
فنادق قطـاع عام	٧٢٤٥	٢٥ ٪
فنادق قطاع خـاص	٢١٧٥٥	٧٥ ٪
اجمـــالى	٢٩٠٠٠	١٠٠ ٪

جدول (٢) بيان اجمالى الطاقة الفندقية

تحت الانشاء خلال السنوات حتى نهاية الخطة الحالية

السنوات / القطاع	قطاع عـام	قطاع خـاص	الأجمـالى
٨٦/٨٥	٦٨٢ غرفة	٣٦٢٤ غرفة	٤٣٠٦
٨٧/٨٦	—	٤١٧٦ غرفة	٤١٧٦
خلال عام ٨٧	٤٦٧ غرفة	٢٠٧٦ غرفة	٢٥٤٣
الاجمـالى	١١٤٩ غرفة	٩٨٧٦	١١٠٢٥

فاذا كانت نسبة السائحين العرب تقدر بحوالى ٤٠ ٪ من اجمالى عـــدد السائحين الواصلين الى مصر ، وحيث ان حوالى ٢٠٪ منهم يقيمون فى فنادق ٤ ، ٥ نجوم ، ٣٠ ٪ منهم يقيمون فى فنادق ٣ نجوم فأقل أما الجزء الباقى وهو ما يعادل حوالى ٥٠٪ فيقيم فى وســـائل الاقامة غير الفندقية وهم عملاء تقليديون لمناطق السياحة التقليدية فى القاهرة والاسكندرية نصبح أمام الحقائق العددية التالية :

* عدد الليالى السياحية للعرب المقيمين فى فنادق ٣٠٥٠٠٠٠ ليلة .

* عدد الليالى السياحية للعرب غير المقيمين فى فنادق ٣٫٥٠٠٫٠٠٠ ليلة .

— وباستبعاد الليالى السياحية للعرب غير المقيمين فى فنادق يصبح صافى عدد الليالى السياحية ١٧٫٥٠٠٫٠٠٠ — ٣٫٥٠٠٫٠٠٠ = ١٤ مليون ليلة .

— وعلى هذا الأساس يصبح صافى عدد الغرف الفندقية المطلوبة للسياحة الدولية جوالي ٣٨ الف غرفة حتى نهاية سنوات الخطة (١٩٩٢/٩١).

وحيث أن عدد الغرف الفندقية المتوقع أن تتاح مع نهاية سنوات الخطة الحالية ٨٧/٨٢ وبدء الخطة الجديدة ١٩٩٢/٨٨ هو ٤٠ ألف غرفة فيصبح من المتوقع وجود فائض فى العرض الفندقى يقدر بحوالى الفى غرفة دون أخذ السياحة المحلية للمواطنين فى الاعتبار وسوف يأتى ذكرها فيما بعد

— وباستقراء الدراسات السابقة عن الطاقة الايوائية الفندقيـــة موزعة على مناطق الجمهورية المختلفة وفقا للدرجات المختلفة للفنادق تبين الآتى : —

المناطق السياحية التقليدية بالقاهرة والاسكندرية والاقصر وصلت الى حد التشبع مع وجود فائض فى الطاقة المعروضة يفوق الطلب المتوقع مع نهاية سنوات الخطة . وعلى سبيل المثال ، لا الحصر فان الطاقة الفندقية فى مدينة الاقصر ثبت وجود فائض بها يقدر بحوالى ٧٠٠ غرفة ويؤكد ذلك الدراسة التى اعدها بيت الخبرة المصرى توريزم بلان / المركز الدولى للادارة عن الفنادق فى مصر حيث يتوقع وجود فائض فى الطاقة الفندقية بالاقصر عام ٨٧ حوالى ٧٠٠ غرفة .

وعلى الرغم من تناقص هذا الفائض فى الاعوام التالية الا انه فى نهاية سـنوات الخطة الثانيـــة (٨٧ / ٨٨ — ٩١ / ١٩٩٢) ليس من المتوقع حـــدوث توازن بين المعروض والمطلوب من الطاقة الفندقية حتى تجاوز الطلب عن المعروض وينطبق هذا على باقى المناطق التقليدية المشار اليها وهو ما تؤكده الدراسة المذكورة .

— أما بالنسبة للمناطق السياحية الجديدة فى البحر الاحمر وجنوب سيناء فقد اتجه الرأى الى تخصيصها كمناطق جذب يمكن استغلالها أساسا للســياحة الدولية يضاف اليهما منطقتا الوادى الجديد والمنيا على أن يخصص الساحل الشمالى الغربى وساحل سيناء الشمالية لاستقبال السياحة المحلية (أكثر منها للسياحة الدولية) .

وتخصص مناطق أخرى محددة فى برنامج التعمير الســـياحى كمصايف اضافية للسياحة المحلية فضلا عن منطقة الوادى الجديد التى يقترح استغلالها للسياحة الدوليه والداخلية .

— وقد تم حساب الطاقة الايوائية للسياحة الدولية بالمناطق السياحية الجديدة على ساحل البحر الاحمر وجنوب سيناء على النحو التالى :

* الطاقة المتاحة فى هذه المناطق عام ١٩٨٥ هى ١٥٠٠ غرفة .

* اجمالى عدد الليالى السياحية المرتقبة لغير العرب = ١٧٫٥٠٠٫٠٠٠ - ٧٫٠٠٠٫٠٠٠ = ١٠٫٥٠٠٫٠٠٠ .

* عدد الليالى السياحية المتوقعة للاجانب عام ١٩٩٢ بواقع ليلة زيادة عن مدة الاقامة العادية أى تكون مدة الاقامة بهذه المناطق ٨ ليال لكل سائح غير عربى فى هذه المناطق أى بما يعادل ١٢٫٥ ٪ من اجمالى عدد الليالى السياحية المرتقبة لغير العرب أى حوالى ٢٫٢٠٠٫٠٠٠ ليلة .

* عدد الليالى السياحية المتوقعة للمصريين بالبحر وجنوب سيناء حتى عام ١٩٩٢ = ٣٠٠٫٠٠٠ سائح × ٣ ليال = ٩٠٠٫٠٠٠ ليلة .

* اجمالى عدد الليالى السياحية المتوقعة فى هذه المناطق = ٢٫٢٠٠٫٠٠٠ + ٩٠٠٫٠٠٠ = ٣٫١٠٠٫٠٠٠ ليلة .

* عدد الغرف المطلوبة لتغطية هذه الليالى = ١٤٠٠٠ غرفة تقريبا .

* عدد الغرف المطلوبة فى هذه المناطق مع نهاية سنوات الخطة الثانية (٨٨ / ١٩٩٢) = ١٤٠٠٠ - ١٥٠٠ = ١٢٥٠٠ غرفة .

— يقترح توزيع هذه الطاقات حتى نهاية سنوات الخطة الثانية على النحو التالى :

م . البحر الاحمر	٩٠٠٠
م . جنوب سيناء	٣٥٠٠
الاجمالى	١٢٥٠٠

— يقترح توزيع هذه الطاقات على سنوات الخطة على النحو التالى :

السنة / المنطقة	م . البحر الاحمر	م . جنوب سيناء	اجمالى
١٩٨٨	٢٥٠٠	١٢٠٠	٣٧٠٠
١٩٨٩	٢٠٠٠	٨٠٠	٢٨٠٠
١٩٩٠	١٥٠٠	٥٠٠	٢٠٠٠
١٩٩١	١٥٠٠	٥٠٠	٢٠٠٠
١٩٩٢	١٥٠٠	٥٠٠	٢٠٠٠
الاجمالى	٩٠٠٠	٣٥٠٠	١٢٥٠٠

وقد تم تقدير متوسط انفاق السائح اليومى على الوجه التالى

	بالدولار الأمريكى
اقـــــامة	٣٠
طعام وشراب	٣٠
تنقلات داخلية	٢٠
مشتريات	١٥
مـــزارات	٥
اجمـــــالى	١٠٠

وعلى أساس هذا التقدير من المتوقع أن يصـل حجم الايرادات السـياحية فى نهاية سنوات الخطة الى ٥٠٠٠ر١٧ ليلة مضروبة فى ١٠٠ دولار أمريكى لليلة الواحدة أى ما يصل الى ١٧٥٠ مليون دولار .

وأخذا بالمعيار الدولى بالنسبة للعمالة الفندقية وهو (١) عامل لكل غـرفة كعمالة مباشرة فان العمالة المطلوبة حتى نهـاية ١٩٩٢ هى ٩٠٠٠ فرصة عمـل مباشرة يضاف اليها ٢٧٠٠٠ فرصة عمل غير مباشرة ويمكن أخذ ذلك فى الإعتبار عند النظر فى انشاء مراكز تدريب بمنطقة القناة تغطى احتياجات الخطة من العمالة المدربة فى المناطق الجديدة .

وبالنسبة لطاقة النقل السياحى البرى والذى يقدر على عام ١٩٨٥ بحـوالى ٠٠٠ر٥٠ مقعد / راكب أى أن معدل شـغل المقاعد هـو ٢ر٣١ راكب / مقعد . وعلى هذا الأساس يصبح المستهدف لمقابلة عدد السائحين المتوقع عام ١٩٩٢ هو ٠٠٠ر٨٠ مقعد أى أن المطلوب اضافته لمواجهة الزيادة المتوقعة فى نهاية سـنوات الخطة هو ٠٠٠ر٣٠ مقعد اضافى أى ما يعادل حوالى ٥ر٣٧٪ من الطاقة الحـالية للنقل السـياحى .

برنامج الخطة الخمسية الثانية :

اولا ـ برنامج تنشيط السياحة الداخلية :

- تقسم أنشطة السياحة الداخلية وفقا للمدة المقضاة الى ثلاثة أقسام هى : قضاء الأجازات ، قضاء يوم واحد وقضاء عطلة نهاية الأسبوع .

وفى هذا الشأن اشارت دراسة بيت الخبرة ايلاكو الى ان حجم السـياحة الداخلية يقدر بواقع ١٠ ٪ من عدد السكان بمعنى انها تبلغ حوالى ٥ ملايين سائح أى ضعف حجم الســياحة التقديرية الى مصر وهذا الرقم يمثل الحد الأدنى لما يجب ان تكون عليه السياحة المحلية بمصر حيث ان المعدل العالمى للسياحة المحلية يصل حاليا الى حوالى ثمانية أضعاف السياحة الدولية .

وتستوعب المناطق الحالية (الاسكندرية ـ رأس البر ـ جمصة ـ بلطيم ـ مرسى مطروح) من العدد البالغ ٥ ملايين حوالى النصف ، والنصف الآخر يمكن أن تستوعبهم المناطق الجديدة على البحرين الأبيض والأحمر وخليجى العقبة والسويس .

ـ اعداد الشواطىء المصرية لاستقبال السياحة المحلية واقامة المنشآت الفندقية اللازمة بأسعار مناسبة تلائم قدرات المواطنين .

ـ تنشيط برنامج « اعرف بلادك » .

ـ تكثيف الجهود التنشيطية والاعلامية لاستقطاب الأعداد المستهدف جذبها ممن يقضون اجازاتهم بالخارج .

ـ محاولة التغلب على طابع الموسمية والتركيز المكانى اللذين يميزان السياحة الداخلية بمصر من خلال تقديم حوافز لقضاء الأجازات فى الفترات غير الموسمية وفى مناطق التنمية الجديدة .

ـ محاولة التغلب على عوامل الطرد فى المناطق السياحية عامة وفى المنشآت الفندقية وغير الفندقية خاصة (الأسعار : سوء الخدمة الخ) .

ـ حث الشركات على التركيز على تنظيم برنامج للسياحة الداخلية بأسعار منافسة .

ـ مراقبة التزام الشركات بنسبة الـ ٢٠٪ من عملائها المسافرين الى الخارج للسياحة ومن المواطنين .

ثانيا ـ برنامج المراكز الترويحية :

نظرا لما لوحظ من نقص الترويح فى معظم المناطق السياحية وعلى الأخص مناطق التنمية السياحية الجديدة فاننا نقترح أن تتضمن خطة التنمية السياحية الثانية ٨٨/٨٧ ـ ١٩٩٢/٩١ برنامجا للمراكز الترويحية يغطى المناطق الساحلية المختلفة سواء على البحر الأحمر أو البحر المتوسط أو خليجى العقبة والسويس أو المدن الجديدة بالاضافة الى المناطق التقليدية الحالية .

ثالثا ـ برنامج تجهيز المناطق السياحية (مناطق التنمية السياحية الجديدة) :

ويختتم هذا البرنامج أهداف الخطة فيما يتعلق بالاعداد المستهدفة من السياحة الدولية والاعداد المستهدفة للسياحة الداخلية ويتضمن هذا البرنامج :

أولا ـ تنمية خمس مناطق سياحية حسب الأولويات التالية :

١ ـ مواقع محددة على ساحل البحر الأحمر .

٢ ـ مواقع محددة فى جنوب سيناء .

٣ ـ مواقع محددة على الساحل الشمالى الغربى .

٤ ـ مواقع محددة فى شمال سيناء .

٥ ـ مواقع أخرى .

ويرمى هذا البرنامج الى تنمية مواقع محددة فى المناطق السياحية التى تخدم السياحة الدولية وتلك التى تخدم السياحة المحلية وتلك التى تخدم النوعين معا .

ـ مواقع محددة على ساحل البحر الأحمر .

المنطقة بين مجاويش وشيراتون الغردقة ـ منطقة سهل حشيش وخليج ابو المخادج ـ المنطقة شمال وجنوب سفاجا .

مواقع محددة فى سيناء الجنوبية :

ـ عيون موسى (سياحة دينية وسياحة شواطىء) وتقع جنوب الشط مباشرة عند مدخل وادى رينا وتطل على منظر جميل عبر خليج السويس حتى جبل عتاقة وهى على مسافة ٣٠ كم من السويس فى مواجهة النقط الحصينة فى خط بارليف وتحتاج الى منشآت اقامة خفيفة (شاليهات ، موتيلات) .

ـ حمام سيدنا موسى شمال شرقى الطور على مسافة ٤ كم (سياحة علاجية) وهو عبارة عن نبع كبريتى ينبع من جبل موسى .

ـ واحه فيران وتزخر بأشجار النخيل ويمكن تحويلها الى مركز سياحى للعابرين (منشآت اقامة خفيفة) .

ـ حمام فرعون على مسافة ٢٢ كم شمال ابو زنيمة ٩٠ كم من السويس وهو نبع كبريتى نفاذ ينساب من الجبل الى شاطىء البحر فى شكل جذاب ويصلح للسياحة العلاجية ويقترح اقامة مصحة علاجية بهذا الموقع .

ـ محمية رأس محمد (سياحية ترويحية وسياحية رياضية) .

فى اقصى الطرف الجنوبى لشبه جزيرة سيناء وبها شعب مرجانية نادرة على مقربة منها خليج العقبة ذو الشطآن الجذابة والمياه الدافئة .

ـ ويلاحظ أن المطارات القائمة فى سيناء وهى خمسة مطارات فى رأس النقب على بعد ٢٤ كم شمال غرب ايلات / رأس نصرانى على ساحل خليج العقبة جنوب شرقى سيناء فى مواجهة جزيرة تيران بمدخل خليج العقبة / مطار سانت كاترين فى منتصف الجزء الجنوبى من سيناء / مطار الجورة وهو مطار داخلى قرب ساحل شمال سيناء على البحر الأبيض شرقى بورسعيد بحوالى ١٥٠كم ويبعد عن العريش حوالى ٨ كم هذه المطارات فى حاجة الى تطوير لربط سيناء ببقية مناطق مصر وبأهم العواصم العالمية .

— وتبلغ الطاقة الفندقية فى جنوب سيناء حوالى ٢٨٥ غرفة وتحتاج فى خلال سنوات الخطة الخمسية الثانية ٨٨/٨٧ — ٩١/١٩٩٢ الى اضافة ما بين ١٢٠٠ الى ١٥٠٠ غرفة فندقية موزعة على مناطق رأس مسلة ، رأس سدر ، رأس مطارمة ، مدينة الطور ، شرم الشيخ ، المنطقة خلف مدرسة البيئة ، شاطىء نعمة ، رأس نصرانى ، العصلة ، نويبع ، واسط . بالاضافة الى المناطق السابق ذكرها .

(جـ) مواقع محددة على الساحل الشمالى الغربى :

(أ) المنطقة بين الكيلو ٣٤ — ١٠٠ مخصصة معظمها لجمعيات بالاضافة الى قرية مراقيا .

— المنطقة بين الكيلو ١٠١ والكيلو ٢٦٨ ونخص بالذكر المواقع التالية :
— م . سيدى عبد الرحمن .
— م . رأس الحكمة .
— م . باجوش / حولة .
— مناطق القصر ، الأبيض ، عجيبة .

وتحتاج تنمية هذه المواقع تنمية شاملة الى طاقة تقدر بحوالى ١٥ ألف غرفة (مخيمات وكرافانات + قرى سياحية) اذا ما توافرت لها البنية الأساسية .

مواقع محددة على الساحل الشمالى لسيناء (شاطىء العريش)

— الساحل الشمالى حول العريش بطول حوالى ١٢ كم على الشاطىء شرقى مدينة العريش بعمق ٥٠٠ متر جنوب الطريق من موقع فندق أوبروى العريش الى موقع شاليهات جهاز التعمير (جارى تخطيط هذه المواقع بواسطة المكتب العربى للتصميمات والاستشارات الهندسية) ويصلح للسياحة الترويحية للمواطنين مع توفير طاقات ايوائية فى حدود ٣٠٠ غرفة اذا ما توافرت خدمات البنية الاساسية .

— موقع قرب بحيرة البردويل منطقة الزرانيق على بعد ٣٠ كم غربى العريش حيث الطيور المهاجرة ويصلح لاقامة محمية طيور وتصلح للسياحة الترويحية (سياحة دولية) حالة توفير منشآت اقامة خفيفة ومرافق ذاتية (مولد ، محطة تحلية ، مياه ، صرف صحى) .

مواقع اخرى :

رشيد وادكو ، الاسماعيلية والسويس ، المنطقة الجديدة فى رأس البر وجمصه

وتقدر الطاقات الايوائية اللازمة لها حتى نهاية سنوات الخطة بحوالى ٣٠٠٠٠ غرفة مع توفير خدمات البنية الاساسية ...

برنامج المراسى النيلية :

ويهدف هذا البرنامج الى النهوض بالسياحة النيلية سواء للاجانب او للمواطنين وذلك من خلال توفير مراس نيلية تخدم الفنادق العائمة فى المناطق السياحية التالية : بنى سويف ، المنيا ، ملوى ، اسيوط ، سوهاج ، قنا وتدرة ، الاقصر ، كوم امبو ، اسوان .

برنامج الدراسات والبحوث السياحية :

ويهدف هذا البرنامج الى حصر كافة الدراسات السياحية التى تمت للمناطق السياحية المختلفة فى مصر بغرض الوصول الى امكانية الاستفادة من توصياتها وتحديث بياناتها واعداد خطط تفصيلية للمواقع السياحية الرئيسية وتوفير كافة البيانات عن الاحصاءات السياحية الدولية والاقليمية والمحلية وبيانات عن كافة المرافق التى تخدم المشروعات السياحية هذا فضلا عن وضع المعايير التخطيطية والانشائية فى المناطق السياحية وتقييم الموارد السياحية .

سادسا ــ برنامج التدريب الفنى والمهنى :

ويتضمن انشاء مراكز اقليمية للتعريب الفنى والمهنى لخريجى الجامعات والمعاهد الفنية المتوسطة بغرض تدريبهم وفقا للاقاليم التى ينتمون اليها حتى يمكن خدمة البيئة المحلية .

سابعا ــ برنامج التنشيط السياحى :

وينصب على تنشيط السياحة الدولية والسياحة الداخلية من خلال الجهود والوسائل التالية :

(أ) اطار التنشيط الخارجى ويشمل :

اعداد وتنفيذ برامج التنشيط والاعلام الخارجى باستخدام وسائل الاعلان والاعلام المباشر وغير المباشر لتحقيق : ــ

ــ تبنى صورة مصر فى الاسواق السياحية الدولية مع ابراز الجوانب التقليدية والجديدة فى المنتج السياحى المصرى ، مع التركيز بصفة خاصة على اجتذاب السياحة الترويحية وسياحة الحوافز بالاضافة الى استمرار جذب السياحة الثقافية .

ـــ جذب الطلب السياحى بما يكفل زيادة حجم الحركة الوافدة .

ـــ الاعلام والتسويق لمراكز المؤتمرات المقرر تشغيلها خلال سنوات الخطة ، مع لاهتمام باعداد التنظيم والطاقة البشرية اللازمة لتشغيل هذه المراكز .

ـــ الاعلام عن فرص وامكانيات وتسهيلات الاستثمار السياحى فى مصر .

ويتضمن تنفيذ البرامج المذكورة : ـــ

١ ـــ استخدام كافة وسائل الدعاية والاعلان والعلاقات العامة المتطورة والمستخدمة عالميا وذلك لتحقيق الاهداف المشار اليها .

٢ ـــ تنفيذ أربع حملات دعائية وعلاقات عامة يتم تنفيذها بالتعاقد مع شركات عالمية متخصصة فى الدعاية والعلاقات العامة ، وتتركز كل حملة سنويا فى كل من السوق الامريكى والاوروبى وجنوب شرق اسيا .

٣ ـــ اعادة فتح مكاتب للهيئة فى الأسواق الهامة التى سبق وان كان للسياحة المصرية مجال فيها ، وحاصة المنطقة العربية والمنطقة الاسكندنافية والمانيا والمناطق الاخرى التى تعتبر اسواقا هامة بالنسبة لحركة السياحة الدولية .

اطار التنشيط الداخلى : ويشمل :

١ ـــ تطوير المكاتب السياحية الداخلية بشكل يساعدها على تحقيق هذه الاهداف (ماديا وبشريا) مع انشاء مكاتب فى المحافظات والمناطق الجديدة التى تحتاج الى ذلك .

٢ ـــ توسيع اطار وتنشيط برامج السياحة الداخلية (مثل اعرف بلدك) .

٣ ـــ خلق وتنظيم المناسبات الدولية والقومية محليا بما يساعد على اثارة النشاط السياحى وإضفاء الحيوية على إقامة السائحين وتحقيق مشاركتهم الايجابية فى الانشطة المحلية بما يشجع على اطالة مدد اقامتهم ويضمن تحقيق انطباعات عند زيارتهم لمصر .

٤ ـــ القاء الضوء على المعوقات والمشاكل التى تواجه السائحين والعمل على ازالتها بما يكفل راحتهم وتمتعهم بدءا من قدومهم حتى مغادرتهم .

٥ ـــ اعداد برامج لرفع الوعى السياحى الداخلى على مستوى الاجهزة العاملة المتصلة بالسياحة بصورة مباشرة او غير مباشرة عن طريق تنظيم دورات تدريبية وحلقات دراسية ومحاضرات للعاملين بتلك الجهات .

٦ ـ محاولة التغلب على طابع الموسمية والتركيز المكانى اللذين يميزان السياحة الداخلية فى مصر من خلال تقديم حوافز لقضاء الأجازات فى الفترات غير الموسمية ، وفى مناطق التنمية الجديدة ، وتوفير الدعاية اللازمة والمسبقة منها من خلال المشاركة الايجابية مع كافة اجهزة الاعلام المصرية واجهزة التربية والتعليم ، والتعليم العالى .

تكثيف الجهود التنشيطية والاعلامية لاستقطاب الاعداد المستهدف جذبها من المواطنين ممن يقضون اجازاتهم بالخارج .

ولخدمة الانشطة المختلفة فى الاطارين السابقين ، ستقوم الهيئة : ـ

١ ـ باعداد دراسات عن الأسواق السياحية وبحوث لتقييم فاعلية الأنشطة المنفذة لتعديلها أو تطويرها وفقا لنتائج تلك الدراسات .

٢ ـ باعداد وانتاج مواد الدعاية والاعلام اللازمة بمخاطبة الاسواق السياحية عن طريق قنوات التوزيع المختلفة بهدف نقل الرسالة الاعلامية للسياحة المصرية على المستوى الخارجى والداخلى ، وتشمل تلك المواد كافة وسائل الدعاية والاعلام من صور ومقالات وافلام ونشرات وملصقات وتذكارات سياحية وغيرها ، على أن تكون مناسبة كما وكيفا لمواجهة احتياجات الاسواق والمنافسة الحادة القائمة فى السوق السياحى العالمى .

(د) الاعتمادات المالية :

يقتضى تنفيذ الانشطة توفير الاعتمادات المالية الكافية من المصادر التالية : ـ

١ ـ الاعتمادات المخصصة من الدولة .

٢ ـ ما يخصص من صندوق تنمية المناطق السياحية .

٣ ـ ما يخصص من صندوق اتحاد الغرف السياحية .

ـ تحسين حالة الطرق والوصلات (التفريعات) المؤدية الى مواقع سياحية.

ـ حماية البيئة البرية والجوية والمائية فى المناطق السياحية الصادر بها قرارات وزارية .

كما يتضمن البرنامج مشروعات تمويل من موازنات وزارة السياحة حسبما هو وارد فى برنامج التكاليف الاستثمارية .

تاسعا ـ برنامج التسهيلات السياحية :

١ ـ تشغيل جميع النوافذ الخاصة بالجوازات والرسوم بصالات الوصول فى المطارات والموانى والاهتمام بزيادة عددها مستقبلا (الجوازات والجمارك) .

٢ ـ زيادة اللافتات الارشادية فى المطارات والموانى باللغات المختلفة مع زيادة عدد العـاملين المدربين فى مكاتب الاسـتعلامات (هيئـة ميناء القـاهرة ـ وزارة السياحة) .

٣ ـ توحيد نظم المعاملة بالنسـبة لجميع سفن الركاب فى الاسـكندرية والسـويس وبور سعيد والالتزام بالدور للرسـو وحظر استخدام أرصفة الركاب لتفريغ او شحن مراكب البضاعة .

٤ ـ توحيد مكاتب البنوك والاعلان عن اسعار العملات الاجنبية بالمناطق المختلفة (البنك المركزى) .

٥ ـ اعادة النظر من قبل وزارة النقـل والمواصـلات والنقل البحـرى فى الرسوم التى تطلب من البواخر السياحية والعبارات فى الموانى المصرية .

٦ ـ توفير تليفونات مباشرة مع الفنادق فى نهاية صالات الوصـول باهم المطارات (وزارة النقل والمواصلات) .

٧ ـ مد خط مترو مصر الجديدة الى المطار لتوفير وسيلة انتقال فردية اقتصادية وسريعة لخدمة المسافرين والعاملين باجهزة المطار والمواطنين (وزارة الاسكان والمرافق) .

٨ ـ تشجيع شركات القطاع العام والخاص على تشغيل خطوط ليموزين وميكروباس من مطار القاهرة الى وسط المدينة (مصر للسياحة وشركات النقل السياحى بالقطاع الخاص) .

□ □ □

القسم الثالث

□ الإطار التفصيلى للتخطيط السياحى وتطبيقاته فى مصر

الباب الثانى عشر

الأهداف العامة للتخطيط السياحى

يعرف علماء وخبراء السياحة وباحثوها من مختلف تجارب الدول المختلفة فى تخطيط التنمية السياحية ان الاعتماد على الجانب الاقتصادى وحده لا يكفى بل وقد يؤدى فى بعض الاحيان الى احداث اضرار كبيرة تؤدى الى فشل التخطيط . ولذلك يجب الاعتراف بأن تعقد وتشابك العلاقات الاجتماعية والاقتصادية فى المجتمعات الحديثة واصطراع القطاعات الانتاجية والخدمية فى قائمة الاولويات فى كثير من الدول وبوجه خاص النامية ، يؤدى بنا الى ضرورة الاعتراف بثلاثة أهداف هامة على الاقل سبق لنا سردها وهى ارضاء المستهلكين واثابة المالكين والاستخدام المتأنى العاقل للموارد البيئية المانع من تدهورها .

فالسياحة تبدأ برغبات المسافرين والسائحين فى السفر والسياحة وتنتهى باشباع هذه الرغبات وبالتالى رضاؤهم عن رحلاتهم . وبقدر ما يستمر اشباع هذه الرغبات لدى السائحين وزائرى دولة او منطقة معينة بقدر ما يطول العمر السياحى لهذه الدولة أو هذه المنطقة . ولكن يجب الاعتراف بأن الخصائص المعقدة والمتشابكة لظاهرة السياحة الحديثة تؤدى فى كثير من الاحيان الى تخفيض مستوى اشباع رغبات السائحين عن الحد اللازم لارضائهم .

فالاعداد الكبيرة لسائحى المجموعات (وهى فى ذاتها كثيرا ما تعتبر معيارا أو مقياسا للنجاح السياحى فى دولة ما) لا يترجم بالضرورة الى اشباع الرغبات ورضاء السائحين . وبمعنى اكثر تحديدا ، كثيرا ما نجد تعارضا بين الكم والكيف فى السياحة أو بين الاعداد الكبرة للقطعان الذهبية طبقا لتسمية لويس تيرز — وجون آش (1) وبين رضائهم ومستوى الخدمات التى تقدم اليهم ، بل بينهم وبين حجم الدخل السياحى للدولة أو المنطقة السياحية وبوجه خاص القيمة الصافية للسياحة .

ان السياحة هى أولا واخيرا مرآة للمجتمع بايجابياته وسلبياته وبقدر ما تتفق الايجابيات مع رغبات وتوقعات السائحين من مختلف الجنسيات والاذواق وبدوافع

---

(1) لويس تيرز وجون آش ، القطعان الذهبية طبعة لندن ١٩٧٥ .

متباينة بقدر ما يكون رضاء السائحين لاشباع رغباتهم . فكثيراً ما تكون الخدمات والتسهيلات السياحية فى دولة ما او منطقة معينة مقبولة اذا ما قيم كلٌ منها على انفراد ولكل تختلف الصورة تماما اذا قيمنا كامل التجربة للسائح بزيارة تلك الدولة او المنطقة لان السائح قد يجد انه ضيع سدى وقته ونفقاته وجهده فى سبيل محاولة الخروج بقيمة محددة لزيارته او رحلته السياحية ككل . فكثيرا ما تصادف السائحين صعوبات فى التعرف على طريقهم للزيارات وبخاصة اذا كانت خارج البرنامج المنظم، أو فى البحث عن الخدمات الملائمة لهم أو فهم المعالم التاريخية وعناصر الجذب السياحية الاخرى اذا لم يكن ذلك محددا بالوسائل السمعية والبصرية الحديثة . وفضلا عن ذلك كله فان كثيراً من المستثمرين فى المشروعات السياحية لا يبذلون جهدا ضروريا فى فهم ميكانيكية السوق السياحى بما يتضمنه من مكونات صناعة السياحة كالاقامة واجهزة الاستقبال وخدمات الطعام والشراب وخدمات المرشدين السياحيين والانضباط اللازم فى خدمات الطيران ووسائل النقل السياحية الاخرى .

وحول ذلك المعنى جاء بالدراسة السياحية الامريكية (١) ما يلى : ـ

« ان السائح الهاوى يحتاج للمساعدة ويحتاج للثقة بان العالم الغريب الذى يزوره نتيجة قدرته المادية يقبله بالترحاب وان هناك مستويات مختلفة للاسعار والخدمات والتسهيلات يستطيع الاعتماد عليها . وكذلك يحتاج للتأكد من انه اذا تبين ان الامور ليست كما كان يتوقع ، فان له مجالا يلجأ اليه للحصول على حقه »

ولذلك فان التخطيط يجب الا يهدف فقط الى ازالة كل العوائق السابقة بل يجب ان يعمل على تهيئة المناخ الايجابى الملائم للتنمية السياحية ككل بحيث يكون تخصيص الاراضى للمشروعات السياحية وحصول المستثمرين عليها بأسعار مناسبة وفى وقت قصير دون اجراءات بيروقراطية تنفرهم ، وتصميم المشروعات السياحية وتنفيذها وادارتها بشكل يهيىء المجال لتحقيق رضاء المستهلكين . **فالتخطيط ليس حلا لمشاكل المستهلكين بل مانعا عن نشوء مشاكل المستهلكين .**

ويهمنا هنا ان ننبه الى ان تفادى هذه المشكلات يوجب ان يتم التخطيط بشكل يتلاءم مع توقعات ورغبات ودوافع وعادات المستهلكين ليس كما يتصور المخططون ذلك ، ولكن بناء على دراسة ميدانية للسوق السياحى المصدر لامكان وضع اولويات للتصميم تصبح جزءا من سياسة سياحية ثابتة ولكن متطورة طبقا لتطور الأحداث ، اى ان هذه السياسة السياحية تحتاج الى تحديث دورى .

والهدف الثانى من اهداف التخطيط السياحى هو اثابة المستثمرين او المالكين .

ان تخلف الحوار البناء بين الاجهزة الحكومية وبين القطاع الخاص لا يسمح

---

(١) DESTINATION U.S.A. سنة ١٩٧٣ جزء أول ص ٩٥ .

للمستثمرين بحرية كافية لانهاء اجراءات تأسيس مشروعاتهم بصورة مريحة ومنتجه ، فالتنمية اذا ما شابها الروتين وسيطرت عليها البيروقراطية حتى تصبح مشروعاتها مرتفعة التكاليف او غير جذابه للمستثمرين فلابد ان يكون هناك خطأ يتعين تداركه والا توقفت هذه التنمية تماما . **ولا شك أن القطاع الخاص فى استثماراته فى مشروعات التنمية السياحية يهدف الى الكسب ، ولابد لكى يستمر فى التنمية أن يحقق هذا الكسب وبدرجة كافية** . اما الآثار الاجتماعية والاقتصادية على المستوى القومى والاقليمى فتترتب على ذلك بصورة تكاد تكون تلقائية . ولذلك فان التجربة والتفريد للسياسات والتعليمات والممارسات الادارية فانها يمكن ان ترتب هبوطا كبيرا فى المكافآت المحتملة للمستثمرين .

وترتيبا على ذلك يجب ان يهدف التخطيط الى اتاحة الظروف التى تسمح بمكافآت كافية لكل من يتصدى لمشروعات التنمية السياحية اختيارا وتصميما وتنفيذا وادارة . وبمعنى آخر فان التعاون والتنسيق يجب ان يهدف الى تشجيع اتجاهات الخلق والابداع الفردى فى التنمية لكى تواكب الاحتياجات الجديدة والمتغيرة . **ويجب أن يوجه القطاع الفردى الخاص الى مناطق ومشروعات وبرامج تنمية سياحية قابلة لتحقيق ارباح على عكس القطاع العام الذى يجب ان يتوجه لمناطق ومشروعات وبرامج رائدة هامة من النواحى الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنفسية للشعب حتى وان كان حظها من النجاح المالى اقل من المشروعات التى يتولاها القطاع الخاص .**

اما الهدف الثالث من أهداف التخطيط السياحى فهو حماية الموارد البيئية فى الدولة أو الاقليم موضوع التخطيط ، ذلك لأن المشكلات البيئية فى التنمية السياحية قد اصبحت متزايدة التعقيد .

فأول ما يوجه من نقد للسياحة انها تضر بالجمال الطبيعى . فالمبانى الضخمة التى تزخر بها الشواطىء تخلق مشكلات التخلص من القمامة وتزيد من تعقيدشبكات الصرف الصحى فضلا عن الصعوبات المرورية التى تكون سببا لها . ولاشك ان قيام هذه المبانى الضخمة والقرى السياحية المتعددة دون تخطيط متكامل يؤدى الى التنافر بين هذه الانشاءات وبين الطبيعة . وكذلك فان عدم العناية بتخطيط المواقع الاثرية والتاريخية تخطيطا علميا سليما قد يؤدى الى تدهورها وانحدارها وهى اصلا من عناصر الجذب السياحى الرئيسية .

والى جانب ما تقدم فان الحفاظ على الطابع والتوازن البيئى يعتبر جانبا هاما من جوانب التخطيط السياحى الذى لا يجوز تجاهله أو اعتباره أمرا ثانويا .

وهذه الأهداف التخطيطية العامة تفسح المجال لوضع أهداف أكثر تحديدا تختلف من تخطيط الى تخطيط ومن دولة الى دولة ومن منطقة داخلها الى منطقة اخرى بل ومن مشروع الى مشروع .

فالاهداف العامة لها خصائص معينة نسوقها فيما يلى :

١ ـ أن تكون اهدافا **واقعيـــة** أى ان تكون مع طموحها ممكنة التحقيق عن طريق الاستخدام الامثل للموارد الفنية والمادية والبشرية والمالية المتاحة .

٢ ـ أن تكون أهدفا **شاملة** بمعنى ان تشكل كل ما يرجو التخطيط تحقيقه .

٣ ـ أن تكون **مرنه** حتى تتسع بقدر الامكان لاحتواء اية مشكلة طارئة لم يحســب حسابها عند وضع التخطيط ولكى يكون من السهل تعديلها عندما يلزم الأمر .

٤ ـ أن تكون قابلة للتحديد بأهداف أكثر منها ضبطا وتحديدا .

الأهداف المحددة للتخطيط السياحى :

والى جانب الأهداف العامة الثلاثة السابق شرحها لابد أن يقوم المخطط برسـم أهداف محددة للتخطيط السياحى . ويتم ذلك بعد ان يجمع المخطط كافة المعلومات الممكنة عن المنطقة المراد تخطيطها من ناحية امكانياتهـــا الطبيعية أو الحضـــارية والسكانية والاجتماعية والاقتصادية ... الخ ، وعن الاسواق المصدرة للســـياحة وتحديد المستقبل السياحى للمنطقة مع ابراز نقاط القوة والضـعف وكيفية الانتقال من الوضع الراهن الى الوضع المستهدف . ووضع عدة ســناريوهات أو بدائل تتم دراستها لتحديد اهداف الخطة المحــددة . ومن بين الاهــداف المحددة للتخطيط للتنمية السياحية :

١ ـ العمل على زيادة الحركة السياحية بنسبة معينة سنويا .

٢ ـ تحقيق نسبة زيادة معينة فى معدل اقامة السائحين من كل جنسية بناء على توفير توقعات السائحين واشـباع رغبانهم وتحقيق رضائهم .

٣ ـ تحقيق زيادة فى النصيب السوقى بنسبة معينة خلال مدة معينة .

٤ ـ الحصول على زيادة العائد السياحى بنسبة معينة .

٥ ـ رسم اطار محدد لرفع مستوى معيشة سكان الاقليم من العائدات الاقتصادية للسياحة وزيادتها بنسبة معينة نتيجة التخطيط الذى يتم .

٦ ـ المحافظة على التراث الحضـــارى والمعمارى للمنطقة ابقاء على الشـــخصية الحضارية للدولة والمنطقة فى مواجهة رياح التغيير .

٧ ـ زيادة العمالة فى المنطقة موضوع التخطيط بنسبة معينة .

فالأهداف المحددة هى علامات على طريق التقدم تقبل القياس وتقييم الأداء . وبالتالى فان التعبير عنها انما يكـــون بعبارات محددة ونســـب معينة لا بعبارات انشـــائية .

والذى يهمنا التنبيه اليه هو ان الأهــداف العامة والاهداف المحددة يجب أن تكون جزءا لا يتجزأ من الاهداف الشاملة للتنمية الاقتصـادية والاجتماعية فى الدولة

أو فى المنطقة التى يجرى التخطيط لها سواء اكان ذلك بالتصريح أو ضمنا (١) .
فالسياحه – كما قلنا – ليست قطاعا منفردا ولكنها قطاع انتاجى يتساند مع غيره من قطاعات الانتاج والخدمات فى الدولة أو الاقليم أو المنطقة لتحقيق التنمية المتوازنة وعلى ذلك يجب عدم معاملته بانعزالية ولا على أنه جيب اقتصادى مستقل والا ترتب على ذلك فشل التنمية السياحية .

المشاركة الشعبية فى التخطيط السياحى :

تعتبر مشاركة الجماهير فى التخطيط السياحى ورضاؤها عنه من الأمور الهامة التى كثيرا ما يحدث تجاهل لها والتى ترتب نتائج وخيمة تتمثل فى اللامبالاة والوقوف على الحياد بالنسبة لما يجرى من التخطيط للتنمية السياحية فى الدولة أو فى اقليم معين منها ، وقد يتطور الأمر الى قيام المواطنين بالاعتراض على الخطة ووقوفهم فى وجه تنفيذها بشتى الطرق والوسائل .

فالسياحة يجب ألا تكون قطاعا طفيليا يتسلق على أكتاف المواطنين ومصالحهم بل يجب ان يقنع ويثبت بالدليل أنه يفيد مختلف قطاعات المواطنة ويعود بالنفع على الفلاح والعامل والصانع والمنتج والتاجر والموظف وغيرهم .

فقطاع الأعمال الخاص ينظر – بوجه عام – الى التخطيط السياحى الذى تجريه الدولة على أنه قيد مفروض على حرية حركته وعلى ميكانيكية العرض والطلب فى السوق ، ومالم يكن هذا القطاع على رضاء كامل بما يجرى من تخطيط سياحى وفهم وادراك شامل لاهدافه وابعاده فانه باعتراضه عليه أو وقوفه سلبيا فى مواجهته قد يؤدى الى اخفاق هذا التخطيط . ولذلك جرت دول سياحية عديدة على عرض التخطيط السياحى على المجالس النيابية وعقد جلسات استماع للخطوط الرئيسية فى هذا التخطيط للحصول على الموافقات الشعبية سواء على المستوى القومى او الاقليمى قبل البدء فى تنفيذ التخطيط الذى لاشك من شأنه ادخال بعض التغييرات على أسلوب التنمية التلقائية المعتاد .

وهذا هو مفهوم المشاركة الشعبية فى التخطيط السياحى .

فالمخططون المحترفون وعلماء السياحة وعلماء البيئة لاشك يعلمون أكثر من غيرهم أحسن السبل لوضع تخطيط سياحى سليم ولكن يجب أن يقنعوا جماهير الشعب بوجهات نظرهم حتى تكون الجماهير سندا قويا لهذا التخطيط تدعمه ولا تحاربه ، تقويه ولا تضعفه .

وفى هذا المعنى يذهب جانز GANS وهو أحد اساتذة التخطيط الامريكيين الى ان المخططين كثيرا ما يضعون خططا تعكس قيم الطبقة الاجتماعية التى ينتمون اليها دون أن تعكس قيم واهداف الشعب الذى يوضع التخطيط لأجله .

ولاشك أن هذا الراى ليس صحيحا على اطلاقه لأن الأمر يتوقف الى حد كبير على المستوى الاجتماعى والاقتصادى والثقافى للشعب فى وقت معين وفى اقليم معين .
ولذلك فاننا نبادر الى القول بان المشاركة الشعبية فى التخطيط تتم عن طريق طرح

---

(١) راجع شارل كايزير ولارى هلبر فى كتابهما التخطيط السياحى والتنمية طبعة ١٩٧٨ ص ٥٤ .

التخطيط على المجالس النيابية الشعبية ومحاولة اقناع هذه المجالس بجدوى هذا التخطيط السياحى وفائدته اجتماعيا واقتصاديا ونفسيا وبيئيا وسياسيا .

ويقترح بعض خبراء التخطيط انه يمكن قياس رد فعل الرأى العام حيال التخطيط عن طريق دراسات مسح الرأى العام PUBLIC OPINION POLLS والاستفتاء REFERENDUM ولجان الاستماع PUBLIC HEARINGS وعرض الاتجاهات التخطيطية فى الصحف وطلب التعليق عليها بخطابات الى المحرر وكذلك عن طريق دراسات الاتجاهات STUDIES OF PERCEPTIONS & ATTITUDES

وانه وان كانت مزايا التعرف على رأى الشعب فى التخطيط ظاهرة ، الا أن له بعض المثالب منها التكلفة الزائدة ، وضياع الوقت فيما لا طائل من ورائه خاصة وان تعليقات ممثلى الشعب أو بعض أفراده لا يعدو فى الواقع ان يكون تعبيرا عن رأى شخصى دون رأى المجموع وفضلا عن كل ذلك فان فعالية المشاركة الشعبية لم تثبت بدليل فى نظر البعض . ورغم ذلك فاننا نرى ضرورة توفر المشاركة الشعبية فى التخطيط حتى يمكن ضمان نجاحه ونجاح التنمية السياحية التى تقوم استنادا اليه.

الفكــرة التخطيطية :

اذا كانت الاهداف العامة للتخطيط السياحى تنحصر فى ثلاثة هى اشباع رغبات الزائرين أو السائحين ، واثابة المستثمرين أو المالكين ، وتحسين مستوى حماية الموارد البيئية فى الدولة أو الاقليم موضوع التخطيط ، فان الفكـرة التخطيطية واستراتيجيات التنمية السياحية يجب ان توجه لتحقيق هذه الأهداف .

ولابد لنا ان نشير الى أهمية استمرارية التخطيط . فالسياحة صناعة مركبة من عدة عناصر ومجزأة الى عدة مكونات يتفاعل بعضها مع البعض ولذلك فهى فى تعقيدها تتطلب عملية تخطيطية ديناميكية . فاى تغيير يطرأ على عناصر صناعة النقل مثلا ينتج آثارا بعيدة المدى على اعداد الزائرين الى مناطق الجذب السياحى بالزيادة أو بالنقص حسب الاحوال ، وقد يحمل ذلك بالضرورة تاثيرا على أماكن الاقامة المتاحة فى تلك المناطق . وأى نقص يعتور اماكن الاقامة بانواعها من فنادق وقرى سياحية ومخيمات فى منطقة سياحية ما يؤثر بالنقص فى اعداد السائحين الذين يزورون هذه المنطقة رغم ما يتوفر لها من عناصر جذب ومغريات طبيعية ووسائل نقل مختلفة . وعدم توفر المرافق الأساسية من مياه شرب وكهرباء وصرف صحى فى منطقة ساحلية ما يؤثر بلاشك على حجم التنمية السياحية فى المنطقة بالكامل .

ولذلك يجب أن يتناول التخطيط السياحى كافة مكونات صناعة السياحة بصورة تفصيلية حتى ما يتعلق منها بالسياحة بصورة غير مباشرة مثل التسهيلات التجارية والصناعية وتوفر الخلفية السكانية الكافية فى المنطقة لكى يمكن تعيين العاملين اللازمين للمشروعات السياحية فيها وتدريبهم تدريبا كاملا .

وهذا التخطيط المتكامل يجب أن يدور فى عملية مستديرة فلا يجوز أن يقف عند حد زمنى معين والا تخلف التخطيط عن الواقع بما يحمله من متغيرات حادثة بصورة دائبة .

الباب الثالث عشر
دور البحوث فى التخطيط

معنى البحوث :

بعد أن يتم رسم الاهداف يتعين البدء فى مرحلة البحوث وهى مرحلة دراسة كافة العوامل الطبيعية والحضارية والمتعلقة بالسوق وبرامج التنمية . ومرحلة الدراسة أو البحوث هى من أهم المراحل التى تضمها عملية التخطيط لانها هى المرحلة التى تنبنى عليها الافكار التخطيطية الرئيسية ونتائج وتوصيات التخطيط . فبغير الدراسة الواعية الدقيقة لكافة خصائص الاقليم الذى يجرى تخطيطه أو المنطقة موضوع التخطيط فان المخطط يضطر الى وضع فروض كثيرة قد ينتاب كثيرا منها اخطاء ، لكى يضع خطته .

ويقوم الأسلوب العلمى فى البحث على أربعة مبادىء أساسية :

١ ـ **المبدأ التجريبى** EMPIRICAL ويقضى بأن المعرفة تعتمد على التجربة الشخصية الأصلية المباشرة .

٢ ـ **المبدأ الكمى** QUANTITIVE ويعنى أن القياس يستخدم للقضاء على الغموض .

٣ ـ **المبدأ الميكانيكى** MECHANICAL ويقوم على أن الأسباب المتشابهة تنتج نتائج متشابهة .

٤ ـ **المبدأ التعاونى** COOPERATIVE ويعنى أن البحث يستطيع مواجهة اختبارات المجتمع .

ورغم انه يصعب اخضاع البحوث فى مجال التخطيط السياحى لهذه المبادىء العلمية الأربعة ، الا انه يمكن تطبيق روحها وجوهرها .

فالمخطط لا يستطيع ولا يجب ان يعتمد على الوصف الانشائى المبالغ فيه عن الاقليم بل يتعين عليه ان يعتمد على حقائق مجردة ومعلومات منضبطة تؤكدها احصاءات عن الخصائص الذاتية للاقليم موضوع التخطيط والتى تهم السياحة .

وفضلا عن ذلك فانه يجب وضع المعايير التى تقاس بها هذه الخصائص الذاتية بقدر ما تسمح به طرق البحث التى يمكن تطبيقها فى مجال السياحة . فالاقليم المتاخم للبحر وله واجهة بحرية كبيرة مثل محافظة البحر الأحمر لا يتصور ان يتساوى فى

الخصائص السياحية مع اقليم بعيد عن البحر مثل محافظة الوادى الجديد رغم أن كلا من هذين الاقليمين يعتبر من الأقاليم الصحراوية المتسعة .

ومن ناحية أخرى فان البيانات التاريخية يمكن أن تفيد فى بيان التغيرات الحادثة فى بعض العوامل كتأثير انشاء طرق سريعة على التنمية العمرانية والسياحية فى منطقة أو اقليم مشابه للاقليم الذى يجرى التخطيط السياحى لتنميته .

وأخيرا فان الاتجاهات البحثية المستخدمة والنتائج التى تم التوصل اليها بالتوصيات المكملة لها يجب أن تصمد فى مواجهة آراء المراجعين للتخطيط ونقدهم اذا كانت العملية التخطيطية قد سارت بأسلوب منطقى وكانت لابد أن تؤدى الى تلك النتائج والتوصيات .

والبحوث هى فى الواقع جمع المعلومات الكاملة بفرضين هما الحصول على معلومات اساسية للتخطيط ، واحاطة جميع المساهمين فى التخطيط بالحقائق عن الاقليم أو المنطقة المطلوب تخطيطه . ولا يتم ذلك بصورة مثلى عن طريق فريق استشارى يعمل فى انعزالية عن العميل وعن مواطنى الاقليم وانما عن طريق التعاون بين مختلف هذه الجهات . وليس الهدف هو أن تجمع اطنان من المعلومات حول مختلف العناصر المحيطة بالاقليم بل يجب ان يكتفى بجمع المعلومات المتصلة والمتعلقة بالتخطيط للمستقبل السياحى للاقليم .

وبينما لا توجد طريقة موحدة متفق عليها دوليا لجمع المعلومات المطلوبة ، فانه يمكن الاستهداء بمبادىء أربعة هى :

١ ـ مراجعة المعلومات المنشورة والتقارير غير المنشورة عن الاقليم الذى يجرى التخطيط له .

٢ ـ عقد مقابلات واجراء حوار مع المسئولين فى الأجهزة القومية والمحلية المتصلة بالسياحة وبالبيئة وبالتعمير وغيرها للتعرف على السياسات الموضوعة للاقليم وما تم بشأن تنفيذها .

٣ ـ زيارات ميدانية تفصيلية للاقليم للتعرف على خصائصه الطبيعية والحضارية وعناصر الجذب فيه واستخدام الطائرة والسيارة واللنش للتعرف على الخصائص الجوية والبرية والبحرية للاقليم .

٤ ـ تحليل البيانات والمعلومات المتاحة لاستحداث نتائج ومعلومات مطلوبة غير متوفرة ابتداء مثل تحليل البيانات المستمدة من دراسات المسح الطبيعى للاقليم على نحو ما ذكر فى النقطة السابقة وكذلك عمل دراسات التنبؤ العلمية عن المستقبل السياحى للمنطقة باستخدام الطرق الاحصائية والتكنولوجية المتعارف عليها .

والمعلومات المطلوبة للتخطيط تتعلق بالعناصر الطبيعية وبعناصر برنامج التنمية المتضمن السوق بمعناه الواسع تظهره البحوث التالية :

البحـــوث

تهدف الى ايجاد معلـومات عن

العناصر الطبيعية المتوفرة	عناصر برنامج التنمية
ـ الموارد الطبيعية وتشـمل التضـاريس الارضية والمناخ والجيولوجيا والنباتات والحيوان والبيئة والحيـاة المائية .. الـخ .	ـ الاسـواق .
	ـ المعلومات وتوجهاتها .
	ـ الحـوادث الاجتماعيـة والاقتصادية والبيئية .
ـ الموارد الحضارية وطريقة حياة الشعب .	ـ مدى اتاحة الارض .
ـ الخـدمات المتاحة .	ـ الانظمة الحكومية .
ـ وسائل النقل المتاحة ..	ـ التمـويل .
	ـ الادارة والعمالة .

ومن الطبيعي أن تتوقف صحة تفسير المعلومات والبيانات المجمعة واستخلاص النتائج السليمة منها على خبرة وحسن ابداع فريق المخططين .

الفصل الأول

البحوث فى العناصر الطبيعية

تعتمد التنمية السـياحية أول ما تعتمد على الخصـائص الطبيعية للاقليم او الاقاليم التى يجرى تخطيطها ، ولذلك فان على المخطط أن يتفهم خصائصها الذاتية كالموارد التى يمكن اسـتخدامها أو المحـددات التى يجب ادخالها فى الاعتبار عند التخطيط . والبحث عن هذه العوامل يستهدف استكشاف الخصـائص الذاتيـة للموارد السياحية بناء على نظرية المنظومة الطبيعية البشرية للتنمية السـياحية HUMAN SYSTEM OF TOURISM DEVELOPMENT والتى تفترض اعتماد بعض النشـاطات على الخصـائص الطبيعية التى تعتبر أساسا للتنمية السياحية فى مواقع معينة اكثر من غيرها . ومن بين هذه العناصر الطبيعية الموارد الحضارية ، والخدمات والتسهيلات المتاحة ، ووسائل النقل المتاحة سـواء اكنا بشأن جهة المقصـد السياحى DESTINATION او جهة توقف على الطريق الى جهة المقصـد STOPOVER

أولاً ــ المـوارد الطبيعيـة :

ان البحث فى المـوارد الطبيعية أو المعطيات والخصـائص الطبيعية للاقليم يفترض أول ما يفترض وضع قائمة متكاملة بهذه الموارد أو جـرد كامل بها وتحليلها وتقييمها وفقا لمعايير موضوعة مسبقا سـواء أكانت المعايير كمية أو كيفية . وقد حاول بعض الباحثين فى السياحة وضع اطار شامل لهذه المعايير الا ان ذلك لم يستقر بعد على مستوى دولى (١) وان كانت المحاولات لاتزال قائمة .

فبينما يستخدم البعض طرقا بحثية ضيقة الاهداف لا يمكن تعميمها على مناطق أو دول مختلفة لاختلاف الطبيعة الأرضية ، يستخدم البعض الآخر معلومات لا يمكن تطبيقها الا على اسـتخدامات محدودة للأراضى مثـل الزراعة والغابات والحيـاة الأرضية البرية والنشاطات الترويحية ، ويقدم البعض الآخر على استخدام معلومات ثابتة لا تسمح بالمتغيرات الحادثة والتى قد تكون لها أهميـة كبيرة فى مسـتقبل استخدامات الأراضى . وأخيرا فان محاولة ابراز جميع الخصـائص المرجحة لتقييم

---

(١) دكتور فرانكو فيراريو فى رسالة للدكتوراه المقدمة لجامعة بيركلى بكاليفورنيا عن تقييم الموارد السياحية .

الموارد الطبيعية لايزال أمرا بالغ الصعوبة خاصة اذا ما وضعنا نقاط ترجيح لكل مورد . ولكن الذى يشفع فى هذه الصعوبة هو امكان الاتفاق على الخصائص الرئيسية على الأقل مثل شكل الأرض ويشمل طبوغرافيتها ومساحتها ومستوياتها وما بها من سهول ونتوءات ، ومدى طبيعتها كالتباين فى مواقعها المختلفة ونسبة الأشجار فيها ، ومدى طاقتها الاستيعابية ، ومدى توافر المياه فيها ، ومدى توافر المناظر الطبيعية الخلابة فيها . وحتى هذه الخصائص كثيرا ما تخضع للحكم الشخصى دون ان يكون لها قواعد تيسر الحكم الموضوعى عليها .

وقد سبق لنا أن أثرنا فى كتاباتنا السابقة (١) ضرورة اجراء جرد كامل بالموارد الطبيعية ويضم ما يلى :

١ ـ المناخ ـ معتدل ، مشمس ، جاف ، مطير ، المواسم المختلفة ، نقاء الهواء أو تلوثه ودرجة هذا التلوث .

٢ ـ المناظر الطبيعية والمروج الخضراء ، وسهول منبسطة لا يعتريها تغيرات ، جبال طبيعية خلابة ، بحيرات ، أنهار ، شواطىء ، تضاريس متباينة ، مناظر بانورامية ، شلالات ، مناطق بركانية ، مغارات وكهوف طبيعية ... الخ .

٣ ـ الآجام : الحزام الأخضر الذى يضيف جمالا على الأرض ، غابات كثيفة أشجار نادرة ... الخ .

٤ ـ الثروة النباتية والحيوانية : نباتات غير عادية ، طيور مختلفة الأنواع والألوان امكانيات لصيد الأسماك ، رحلات الصيد والقنص والتصوير : حيوانات وحشية ، حدائق عامة ، بيئات طبيعية للحيوانات المفترسة ... الخ .

٥ ـ الموارد الطبيعية الصحية كآبار طبيعية من المياه المعدنية وينابيع المياه الساخنة والدافئة الكبريتية للاستشفاء ، وحمامات الطين ... الخ .

ولا شك أن تقييم هذه العناصر يختلف تبعا لاستعداد الدولة المستقبلة للسائحين أو اقليم معين منها لاستقبال أنواع معينة من السائحين فى مواسم معينة وتحت ظروف معينة لاشباع رغبات معينة أو اجابة دوافع معينة . فالجو الدافىء أو الحار يكون عنصر ترغيب للسائحين من دول الشمال فى فصل الشتاء ، وللسائحين من الدول الأخرى فى فصل الصيف اذا ما توفر تكييف الهواء فى الفنادق والاتوبيسات والسيارات والمطاعم ... الخ ، بشرط أن تكون الأسعار أقل فى فصل الصيف عنها فى فصل الشتاء فتجذب مستوى من السائحين اقل انفاقا وهكذا . والنسيم العليل على شاطىء البحر نعمة للسائح ولكن الهواء الشديد الذى ينقل ذرات الرمل الى العيون منفر للسائح ويبعده عن الشاطىء ... الخ . أما الجو الملوث غير الصحى فلا يختلف أحد من السائحين أو شركات السياحة فى وجوب تفاديه باطلاق .

---

(١) السياحة الدولية طبعة ١٩٨٦ ص ١٦٨ .

أما طبوغرافيا الأرض وجيولوجيتها فهذه أيضا من الخصائص العامة للموارد الطبيعية . فتنوع هذه الطبوغرافيا يضيف جمالا للأرض . فوجود الجبال والتلال الى جانب السهول الخضراء أفضـل بكثير من حيث التقييم من أرض منبسـطة لا جبال فيها ولا تلال . ووجـود منحدرات جبلية يمكن اسـتخدامها شـتاء فى التزحلق على الثلج يجذب أنظار كثير من سـائحى الدول المتقدمة الذين يريدون التغيير . ولا جدال فى أن السائح يرغب فى زيارة الدولة التى تشـكل بالنسبة له تغييرا فى نمط حياته المعتاد وهذا يتمثل أول ما يتمثل فى طبيعة الأرض التى يفضل اختلافها عن طبيعة الأرض فى مكان اقامته المعتاد . وفضلاً عن ذلك فان تحليل التربة أمر لازم للحكم على مدى خلوها أو عدم خلوها من الطفيليات الضارة بالصحة .

ثانيا ـ الموارد الحضـارية :

وهى موارد عادة تكون مستحدثة بيد الانسان فى تعامله مع الطبيعة وتمثـل لدى الدول المتوفرة بها تراثا هاما يعتبر من الرغبات الأسـاسية للسياحة فى العصر الحاضر وان كان نصيبها من حركة السياحة الدولية لا يزيد فى العشر سـنوات الأخيرة عن ١٠ ٪ .

ويجب أن يهتم المخططون السياحيون بهذه الموارد الحضارية وحمايتها أسـوة باهتمامهم بالموارد الطبيعية والحفاظ عليها .

وخصائص هذه الموارد الحضارية أسهل فى التقييم الكمى والكيفى من الموارد الطبيعيه لانه من السهل اجراء الدراسات الميدانية الهادفة الى التعرف على آراء السائحين وشركات السياحة الدولية والجامعات والشركات التى تتعامل فى سياحة الحوافز وغير ذلك فى هذه الموارد الحضارية التى يتميز كثير منها بذاتيته المستقلة .

وتنقسم هذه الموارد الحضارية الى عدة أقسام منها ما يلى :

١ ـ **موارد أثرية** ARCHEOLOGICAL SITES وهى مخلفات الحضارات البائدة والتى لا تقل عن ألفى عام وهذه كنوز لا تقدر بمال .

٢ ـ **موارد تاريخية** HISTORIC EDIFICES وهى الأماكن والمبـانى التى تمثـل حلقات فى تاريخ أمة ويجب لذلك حمايتها والعمل على صيانتها . وهذه تمتد من ألفى عام الى مائتى عام مثلا .

٣ ـ **موارد دينية أو عقائدية** RELLGIOUS مثل المعـابد والاديرة والكنائس والمسـاجد .

٤ ـ **موارد ثقافية** CULTURAL مثل المتاحف على اختـلاف أنواعهـا من متاحف آثار ومتاحف تاريخ طبيعى ومتاحف الفن الشعبى والحديث والتشكيلى.. الخ، والمعارض الفنية ، والمكتبات ، ومعارض الصناعات الحرفية ... الخ .

وهذه يسهل تقييمها لان عنصر المقارنة على المستوى الدولى قائم وممكن.

٥ - **اما طريقة حياة الشعب** وهى من أهم الموارد الثقافية لدى كثير من السائحين الغربيين فهذه يصعب تقييمها الا على ضوء مبادىء رئيسية مثل الاصالة والتميز أو الانفراد ، والكرم ، والنظافة ، والمودة وحسن الترحيب بالزائر ، والحياة الفلكلورية الغنية ... الخ .

٦ - **الطرز والنظم المعمارية المتميزة** (١) ARCHITECTURAL ATTRACTIONS

- جسر البوابة الذهبية GOLDEN GATE BRIDGE الذى يعتبر رمزا لمدينة سان فرنسيسكو .
- تمثال الحرية بمدينة نيويورك ومبانى مركز التجارة العالمى WORLD TRADE CENTER
- قصر بكنجهام وبرج لندن وساعة بيج بن فى لندن .
- الفاتيكان فى روما .
- برج ايفل بباريس .
- تاج محل فى الهند .
- مبنى الاوبرا فى مدينه سيدنى باستراليا .
- برج بيزا المائل فى مدينة بيزا بايطاليا .

فلا شك أن مثل هذه العناصر المعمارية المتميزة تشكل الى جانب الموارد الأثرية والتاريخية والثقافية عناصر جذب سياحى رئيسيه .

ثالثا - الخدمات والتسهيلات المتاحة :

وهذه تتضمن عدة عناصر منها البنية الأساسية والمتطلبات الأساسية للحياة المدنية والتسهيلات السياحية الأساسيه ، والأجهزة الخاصة باستقبال السائحين ، والخدمات الترويحية والرياضية ... الخ .

وتفاصيل هذه الخدمات والتسهيلات المتاحة هى :

١ - البنية الأساسية وتشمل :

(أ) المرافق العامة التى تتضمن شبكات المياه النقية والكهرباء والطرق ونظم الصرف والمواصلات السلكية واللاسلكية ... الخ .

(ب) المتطلبات الأساسية للحياة المتمدينة : المستشفيات والصيدليات والبنوك ، والأسواق التجارية ومصففو الشعر ، ومحلات البقالة والمواد الغذائية ، ومكاتب الادارة العامة (الشرطة والسلطات العامة والمحاكم ... الخ) . واكشاك السجائر ومخازن الأدوية ومحلات النظارات وأكشاك الصحف وأماكن بيع الكتب وورش صيانة السيارات ومحطات الغاز ... الخ .

---

(١) شارل كايزر ولارى هلبر - التخطيط السياحى والتنمية - المرجع السابق ص ٧١ .

٢ ـ التسهيلات السياحية الأساسية وهذه تشمل :

التسهيلات الخاصة باقامة السياح : مثل الفنادق والموتيلات (الفنادق المقامة على الطرق العامة) والبنسيونات والشقق والغرف المفروشة لدى الأفراد والمنشآت الاجتماعية للسياحة (قرى الأجازات ، والمخميات ، وأماكن لسيارات الرحلات وبيوت الشباب ، ومزارع الصحة ... الخ) وأماكن تقديم الطعام (مطاعم ، حانات مطاعم الخدمة الذاتية أو « اخدم نفسك » ومطاعم الشواء ... الخ) ، وأماكن الملاهى والترفيه على اختلاف أنواعها « كالمقاهى والنوادى وصالات الشاى والنوادى الليلية ودور السينما والمسرح والأجهزة الخاصة باستقبال السياحة ـ وتشمل :

ـ بالنسبة لتنظيم السفريات :

وكالات السفر .

ايجار السيارات .

وكالات الرحلات القصيرة وارتياد المناطق الجديرة بالمشاهدة ... الخ .

ـ بالنسبة للاستعلامات والدعاية :

مكاتب الاستعلام السياحى عند مداخل البلاد وفى المدن والاستراحات .

المؤسسات السياحية المحلية أو الفرعية .

لجان الاحتفال بالمناسبات الخاصة .

٣ ـ الخدمات الترويحية والرياضية :

وتشمل التجهيزات والمعدات الترويحية والرياضية مثل البلياردو والبولينج والبنج بونج واللنشات المائية ومشتقاتها المختلفة وأنواع الرياضات المختلفة والمراكز الصحية بكافة تجهيزاتها مثل الجاكوزى والسونا وغيرهما .

رابعا ـ وسائل النقل المتاحة وتيسيرات النقل :

وهذه تشمل المطارات والموانى بالنسبة للدول المطلة على البحار والأنهار والبحيرات التى تحيط بها أكثر من دولة مثل بحيرات لوجانو وماجور فى ايطاليا وسويسرا وكونستانس بين المانيا وسويسرا والنمسا ، والسكك الحديدية ووسائل النقل البرى الأخرى ، والطائرات وطرق الانتقال فى المناطق الجبلية كالتليفريك والفونيكولير ... الخ .

وانه وان كان تقييم عناصر الخدمات والتسهيلات المتاحة ، وطرق وتيسيرات النقل يخضع لمعايير شخصية ، الا أنه يجب بذل مجهود مضاعف للحصول على معلومات حقيقية ومقارنتها بمعلومات مناخية عن دول سياحية أخرى والوصول بذلك الى تقييم موضوعى بقدر الامكان .

□□□

الفصل الثانى

البحوث فى عناصر برنامج التنمية

الأســواق الســياحية :

يقتضى البحث فى الأسواق السياحية اجراء دراسات مكتبية متعمقة ودراسات ميدانية مستمرة للحصول على البيانات اللازمة والتى تصلح لتكوين قاعدة حكم صحيح على كل سوق ســياحى ووضعه بالنسبة لغيره فى مراتب تحددها معايير موضوعة مسبقا . وقد سبق أن ذكرنا فى كتابنا عن الســياحة الدولية تعريفات الأنواع المختلفة للاسواق وضربنا أمثلة على تنوع الأسواق تبعا لهدف الســفر وتبعا للسن وتبعا للدخول والطبقة الاجتماعية وتبعا لاتجاهات حركة الســياحة الدولية ... الخ (١) .

وقد ضرب بعض خبراء الســياحة مثلا على البيانات التى يجب تجميعها عن الأسواق السياحية كما يلى (٢) :

- عدد الزائرين للدول الأخرى منسـوبا الى عدد الســكان .
- مواسم خروج هؤلاء الزائرين وتقسيمهم بحسب الشــهر .
- أماكن تصدير هؤلاء الزائرين (محــال اقامتهم) .
- الى اين يتجهـون .
- مدة الاقامة فى الدولة أو المنطقة المزارة .
- دوافعهم للزيارة .
- أماكن الزيارة والتوقف فى الطريق .
- الخدمات المستخدمة أثناء الزيارة ومســتوياتها .
- معلومات كاملة بقدر الامكان عن الســائحين أو الزائرين وتشــمل :
  - الســـن .
  - نسب الأفراد والعائلات الى المجموعات وحجم هذه المجموعات السياحية .
  - وســيلة النقــل المســتخدمة .
  - مســتوى الدخــل .
  - الوظيفــة أو المهنــة .
  - متوسط الانفاق اليومى فى الرحلة .

---

(١) دكتور صلاح الدين عبد الوهاب ، السياحة الدولية طبعة ١٩٨٦ ص ٢٢٦ وما بعدها .

(٢) شــارل كايزر ولارى هليبر فى كتابهما عن التخطيط السياحى والتنمية ، المرجع السابق ص ٦٣

— هل الزيارة لأول مرة أو زيارة متكررة .
— مستوى الرضا عن الخدمات والتسهيلات المؤداه .

وبالاضافة الى كل ما تقدم فان دراسة الأسواق يجب أن تتضمن تحصيل البيانات التالية :

— المسافة التى تفصل بين السوق السياحى وبين الدولة أو الاقليم موضوع التخطيط .
— الوقت .
— تكلفة النقل بين نقطة التصدير (بدء الرحلة) ونقطة الوصول .
— الروابط الثقافية القائمة ان كان .
— نسبة المسافرين الى غير المسافرين للسياحة من بين سكان السوق .
— المستوى العام للتعليم بين السكان المقيمين فى السوق السياحى .
— الأمن والامان فى السوق وفى الدولة المستقبلة .
— الصورة السياحية للدولة المستقبلة أو اقليم فيها محل التخطيط فى السوق السياحى .

ومن مجموع هذه البيانات مجتمعة يمكن استخلاص نتائج هامة تساعد على تحديد موقف كل سوق سياحى من الدولة أو الاقليم محل التخطيط .

وتبدأ بحوث الأسواق بتحديد المشكلة البحثية والأهداف المبتغاة من البحث ثم يتبع فى شأنها عدة طرق بحثية تبدأ بتحضير المواد البحثية التى تعتمد عليها الدراسة المكتبية والدراسة الميدانية كاستمارات الاستقصاء وتدوين الاجابات وكروت الاستجواب ثم البحث بالعينة SAMPLING واستقطاب معاونة الأجهزة الحكومية وغير الحكومية اللازمة واعداد وسائل نجاح الدراسة الميدانية كطرق لختيار المستجوبين وتدريبهم واجراءات وتعظيم انتاجيتهم وتصنيف المعلومات التى تأتى عن طريقهم ثم رقابة الجودة فى البيانات المجمعة ثم استخدام وسائل التصنيف العلمية وتخزين المعلومات بالكمبيوتر وفقا لبرامج معدة مسبقا لامكان اتمام التحليل السليم واستخراج النتائج التى يعول عليها فى التخطيط (١) .

فتحليل الأسواق بوجه عام يحتاج للاجابة على بدايات الأسئلة الآتية :

١ — من هو السائح ؟
٢ — متى يصل ؟
٣ — اين يريد الذهاب داخل الدولة ؟
٤ — ماذا يريد أو ما هى دوافعه ؟

---

(١) راجع كتاب Identifying Travel Markets الذى اصدره جهاز السياحة الفيدرالى الامريكى فى سبتمبر ١٩٧٨ .

٥ ــ كيف تشبع رغبته ؟
٦ ــ لماذا يسلك السائح على هذا النحو ؟
٧ ــ الانفاق ؟

ويمكن لذلك تركيب الجدول الآتي الذي يجب ملؤه بالبيانات المستقاه من بحوث الأسواق .

البيانات	الداخلي	الدولي			
السوق		أ	ب	ج	د
من					
متى					
اين					
ماذا					
كيف					
لماذا					
الانفاق					

وهذه المعلومات يجب أن تقرن وتصنف بحسب كل نوع من أنواع الخدمات والتسهيلات المتاحة داخل المنتج السياحى للدولة بحيث يشمل ذلك :

١ ــ النوع .
٢ ــ الكم .
٣ ــ الموقع .
٤ ــ الكيف .
٥ ــ الاستخدام ونسبة الاشغال .
٦ ــ الاتجاهات والتنبؤ بالمستقبل .
٧ ــ تصوير المستقبل السياحى .

وليس هذا البحث اكاديميا وانما هو ذو اثر علمى هام فى التخطيط لأنه يجب اقامة العلاقة بين احتياجات السوق الحقيقية التى تكشف عنها الدراسات المكتبية المتعمقة والدراسات الميدانية التى يقوم بها خبراء حقيقيون فى السياحة ، وبين المنتج السياحى المتاح بمكوناته المختلفة والخروج من هذه العلاقة بما يجب أن يتوفر من المكونات الأخرى لهذا المنتج السياحى . وهذا هو جوهر التخطيط على ضوء دراسات

التنبؤ العلمية للطلب السياحى من واقع تحليل السوق تحليلا علميا شاملا سواء أكان التخطيط السياحى قوميا أم اقليميا .

التفاصيل / القطاع	النوع	الكم	الموقع	الكيف	الاستخدام / الاتجاهات	التنبؤ	المستقبل
النقـــل							
الاقامـــة							
خدمات الطعام							
خدمات الشراب							
الترويـــح							
الترفيـــه							
الرياضـــة							
الثقافـــة							
القطاع التجارى (المشتريات)							
المتنزهـــات							
الاماكن البانورامية							
الاماكن التاريخية							
الآثـــار							

ويمكن أن يستكمل ذلك بوضع جدول آخر للتعميم يقوم على نقاط ترجيح من ١ ــ ١٠٠ توزع على خمسة مستويات هى :

ضعيف جدا ــ ضعيف ــ متوسط ــ قوى ــ متميز ، وذلك كما يبين من الجدول التالى :

العناصر	نقاط الوزن النسبى	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	قوى	متميز
المناخ	٥	صفر — ١	٢ — ٣	٣ — ٤	٤ — ٥	٥
النقل	١٠	صفر — ٢	٢ — ٣	٣ — ٤	٥ — ٧	٨ — ١٠
الاقامة	١٨	صفر — ٤	٤ — ٨	٨ — ١٢	١٢ — ١٥	١٦ — ١٨
خدمات الطعام خدمات الشراب	٢٦	صفر — ٤	٤ — ٩	٩ — ١٤	١٤ — ٢٠	٢١ — ٢٦
الترويح	٥	صفر	١ — ٢	٣	٤	٥
الترفيه	٣	صفر	١	١	٢	٣
الرياضة	٣	صفر	١	١	٢	٣
الثقافة	٣	صفر	١	١	٢	٣
الخدمات والمشروبات	٥	صفر — ١	١ — ٢	٣	٤	٥
المتنزهات	٥	صفر — ١	١ — ٢	٣	٤	٥
الاماكن الطبيعية البانورامية	٧	صفر — ٢	٢ — ٣	٤	٥ — ٦	٧
الاماكن التاريخية	٥	صفر — ١	١ — ٢	٣	٤	٥
الآثار	٥	صفر — ١	١ — ٢	٣	٤	٥
	١٠٠					

ولا يتصور أن يكتمل البحث فى الأسواق دون البحث فى عنصر المنافسة بحثا متعمقا - ويتطلب ذلك بحث مدى جاذبية الدول والاقاليم المنافسة للدولة أو الاقليم موضوع التخطيط فى مختلف الاسواق . ويستلزم ذلك بحث وتقييم مكونات المنتجات السياحية المنافسة ومدى ارتباطها بدوافع وتوقعات ورغبات السـائحين فى تلك الاسواق على اختلاف انماطها ومستوياتها .

المعلـومات وتوجهاتها :

وتشمل كل المعلومات المتعلقة بانشطة الخدمات والتسهيلات المدنية المعاونة التى تشكل الخلفية اللازمة للخدمات والتسهيلات السياحية وتحقق بها استكمال الكفاءة اللازمة للتنمية السياحية كالخدمات القانونية والطبية والمحاسبية والادارية والمصرفية وخدمات الاستشارات فى مختلف فروع العمل ، وخدمات الاعلان ومدى أهميته فى اقناع المستهلكين ، وخدمات الاعلام بانواعه المختلفة ، وخدمات الارشـاد والتوجيه من شرطة المرور الى العاملين بالفنادق والمطـاعم ودور الترفيه والنوادى الليلية الى المرشدين فى المناطق الاثرية والسـياحية المختلفة الى مدربى الغطس والسباحة والنشاطات الرياضية المختلفة . وتشـمل كذلك كل المعلومات المتعلقة بالنقد وطرق تحويله وتسعير الخدمات السياحية والخصم المتاح للمجموعات . الخ .

الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والبيئية :

وتشمل دراسة الاعتبارات السـائدة من النواحى الاجتماعية والاقتصـادية والبيئية التى تؤثر فى السياحة وتتأثر بها. فالمخطط لا يستطيع تجاهل هذه الجوانب فى الخطة التى يضعها للتنمية السياحية سـواء على المسـتوى القومى أو الاقليمى أو المحلى ، والا أدى هذا التجاهل الى فشـل التخطيط .

فدراسة اتجاهات وانطباعات السكان المحليين نحو السائحين والزائرين تمثل حجر الزاوية فى نجاح او فشل التخطيط لانه لا فائدة من تخطيط للتنمية السياحية اذا كان المواطنون ينظرون الى السائحين نظرة شك وعدم ترحيب قد تنقلب الى صدام فى المستقبل بل وجرائم ترتكب . وفى ذات الوقت فان معرفة اسباب ترحيب السكان المحليين من الاهمية بمكـان لان الامر يختلف اذا كان الترحيب لاسـباب تثقيفيـة وحضارية واجتماعية او لاسباب اقتصادية بحت .

وهنا يمكن ان يكون لنشر الوعى السياحى المدروس اثر فى تغيير بعض المفاهيم الخاطئة او تصحيح بعض الانطباعات غير الحقيقية .

وبالمثل فانه يجب التعرف بالدراسة الميدانية العلمية على الصورة السياحية للدولة أو للاقاليم موضوع التخطيط فى الاسواق السياحية المصـدرة للسـائحين ومحاولة رفع مستوى هذه الصورة بالحملات الاعلامية والدعائية المدروسة .

وكذلك فان دراسة الآثار البيئية الايجابية والسلبية للتنمية السياحية امر لازم فى التخطيط السياحى . وبغير ذلك فان التخطيط يمكن ان يؤدى الى تعظيم الآثار البيئية السيئة للتنمية السياحية سواء بالنسبة للموارد الطبيعية أو الحضارية والأثرية والتاريخية أو الاضرار بالمظهر الجمالى للمواقع الطبيعية فى المدن والقرى والمساحات المفتوحة .

الأرض :

واذا كان من الواضح انه لا تنمية سياحية دون الارض ، فان مساحات كبيرة من الارض تعتبر حجز الزاوية فى كل تخطيط سياحى . ومن هنا تظهر اهمية التخطيط الطبيعى كجزء هام من مكونات التخطيط الشامل أو الاقليمى أو المحلى .

وفى ذات الوقت ـ وهذا هو الوجه الآخر للعملة ـ فان الأرض محدد هام من محددات تخطيط التنمية السياحية . فاختيار المواقع المناسبة Suitable Locations أصبح موضوعا لنظرية علمية حديثة هى نظرية المواقع Theory of Localisation لها قواعدها واصولها العلمية وتتطلب خبرة المتخصصين . ويدعم هذه النظرية فرع جديد من علم الاقتصاد هو اقتصاديات المساحات Spatial Economics

وبالتالى فان اختيار وتقييم المواقع الارضية والبحرية جزء هام من اجزاء الخطة يجب أن يكون مبررا على أسس فنية سياحية واقتصادية وبيئية واجتماعية وغير ذلك .

فالتشريعات الحاكمة لملكية الأرض وحيازتها وأسس التصرف فيها وما اذا كانت مملوكة للدولة أو للافراد يجب ان تكون موضوعا لدراسة شاملة . ويتبع ذلك دور الدولة فى تشجيع الاستثمار السياحى طبقا للخطة التى توضع عن طريق تسهيل اجراءات بيع الارض وبسعر مناسب للمستثمرين الجادين . ويكون ذلك سهلا اذا كانت الأرض مملوكة للدولة ، وقد يكون اصعب اذا كانت الأرض مملوكة ملكية خاصة . ولكن حتى فى هذه الحالة الأخيرة فان الدولة تستطيع القيام بدور فعال لتشجيع الاستثمار وتنفيذ الخطة السياحية مثل ما فعلت فرنسا فى مشروع لانجدوك روسيليون على ما سيأتى فى القسم الثالث من الكتاب .

الانظمة الحكومية شاملة التمويل والادارة والعمالة :

والى جانب ما ذكر ، فان دراسة الأنظمة الحكومية السائدة سواء أكانت تشريعا او قرارات ادارية يمثل جانبا هاما من جوانب البحث عند التخطيط لانه يجب معرفة اتجاهات الدولة وهل هى تشجع القطاع الخاص حقيقة او لا ، وهل تخضع جميع ما

يتعلق بالاستثمارات والعمالة والادارة لاجراءات معقدة مكلفة فى الوقت والمال او ان الانظمة المتعلقة بكل ذلك سهلة معقولة .

وثمة جانب هام آخر هو التمويل وهل تخضعه الدولة لقرارات فوقية منها تحديد مناطه ومجالة وحدوده ، أو تترك كل ذلك للسياسة الائتمانية فى البنوك ؟ واين تقف رقابة البنك المركزى ؟ وهل تمتد الى وضع حدود قصوى على التمويل والى تحديد أسعار الفائدة أولا ...... الخ .

وأخيرا هل هناك ضوابط يمكن على اساسها التنبؤ بالسياسة الحكومية فى المستقبل اولا ؟ .

وبهذه المناسبة فان ثمة شرطا غير مكتوب فى البنوك لتمويل اى مشروع سياحى فى مصر أن تكون هناك شركة ادارة أجنبية لادارة المشروع . وهـــذا الشرط أن كان مستساغا فى الستينات والسبعينات لم يعد مقبولا الآن فى الثمانينات بعد ما تبين من عجز كثير من شركات الادارة الاجنبية عن تحقيق الاهداف المتوخاة من المشروع أصلا وهى التسويق ورفع كفاءة الخدمة وتحقيق هامش ربح كاف . بل أن هناك بعض الشركات التى اضطرت الشركات المالكة الى انهاء العلاقة التعاقدية معها لأســـباب ابسطها تحقق خسارة تشغيل لسنوات متتالية ولا نجد داعيـــا لذكر هذه الشركات بالاسم وكانت تدير مشروعات بالقاهرة وبالفيوم وبالغردقة وباسوان ... الخ .

ولذلك فاننى أهيب بالبنوك المقرضـــة ان تتخذ لها مستشارين من خبـــراء السياحة المتميزين لامكان الحكم على جدوى المشروعات الســـياحية قبل الموافقة على تمويلها .

أما العمالة فلأن السياحة لاتزال صناعة تعتمد على العامل الانسانى الى حد كبير فانها ذات اثر هام فى زيادة حجم العمالة فى الدولة أو الاقليم محـــل التخطيط ولذلك يقال أن قطاع الســـياحة من القطاعات الانتاجية التى تناسب المناطق ذات الاهمية الطبيعية أو الحضارية والتى تعانى من البطالة . بل ان وجود القوى البشرية اللازمة لقطاع السياحة فى منطقة ما أصبح قيدا هاما من قيود التنمية السياحية فى تلك المنطقة لأن استيراد العمالة من منطقـــة أخرى قد تحوطها صعوبات تؤثر على المستقبل السياحى للمنطقة . ولذلك فان دراســـة العمالة عنصر من العناصر الهامة لأى تخطيط سياحى لأن ذلك يستتبع استثمارات فى اســـكان العاملين واعاشتهم وتدريبهم وتنقلاتهم داخل المنطقة ومنها واليها ... الخ .

امكانيات المشتريات والتســـوق :

أصبح التســـوق SHAPRING دافعا هاما من دوافع انتقال الأشخاص للسياحة . فدخل التسوق يمثل ثلث الدخل السياحى الاجمالى فى بريطانيا وكذلك

فان تخطيط مناطق كثيرة فى الولايات المتحدة للسياحة بدأ بايجاد تسهيلات ضخمة للتسوق والمشتريات مثل فورت لودرديل وبالم بيتش فى فلوريدا بالويات المتحدة .

ولعل انشاء الموانى والمناطق الحرة مثل هونج كونج أصبح عنصر جذب سياحى ضخم . وكذلك فان التنمية السياحية لجزيرة سانت توماس وجراند كيمون فى البحر الكاريبى قامت أساسا على اكتاف اعتبارهما موانى حرة . ومن الملاحظ أن المناطق التى تتركز فيها المحلات الكبرى للتسوق هى أكثر أجزاء المدن ازدحاما بالسائحين مثل شوارع اكسفورد وريجنت فى لندن والشارع الخامس فى نيويورك وشارع ميتشجان فى شيكاغو وغيرها .

كلمة اخيرة :

كلما تعمق البحث وتشعب كلما كان هاديا للكشف عن آفاق جديدة تساعد المخطط على استكمال تخطيطه وصيرورته أكثر انطباقا على الحقيقة ومرآه عاكسة أمينة للمستقبل السياحى للاقليم أو المنطقة موضوع التخطيط بشرط الا يفقد المخطط نفسه فى خضم المعلومات والبيانات المجمعة والا يدخل فى بحوث غير مجدية . ومن هنا كانت الخبرة السياحية علما وعملا هى الشرط الأساسى للتصدى للبحوث السياحية والتخطيط .

□□□

الباب الرابع عشر

توليف شتات المعلومات فى خلاصة ذات معنى للتوفيق بين مختلف الاتجاهات

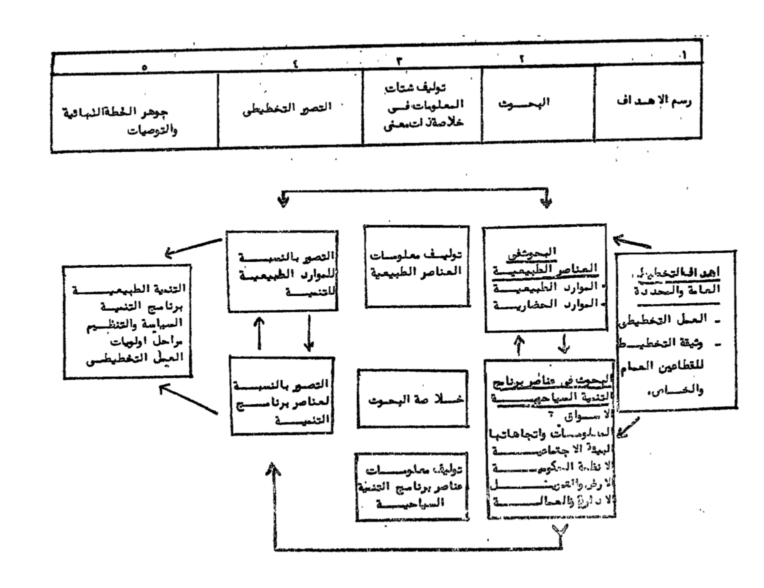
كثيرا ما يهمل المخططون بعد مرحلة جمع المعلومات والبيانات اللازمة واجراء البحوث فيها ، ان يستخلصوا من خضم العناصر المختلفة المجمعة التى تدخل فى التخطيط نتيجة ذات معنى توفق بين مختلف اتجاهات المعلومات والبحوث فيها . وهذه المرحلة المستقلة من المراحل النفسية للتخطيط تسمى بمرحلة التوليف Synthesis وهى مرحلة وسط بين البحوث وبين وضع التصور الكامل للتخطيط integral concept والانتهاء فيه الى توجيهات وتوصيات محددة Recommendations

واهمال هذه المرحلة بالذات او نسيانها هو الذى يترتب عليه فشل التخطيط الموضوع . والرسم البيانى التالى ص ٢٠٥ من هذا الكتاب يبين ذلك بوضوح :

واذا كان المعلومات والحقائق التى تم تجميعها عن الموارد الطبيعيه وعناصر برنامج التنمية وخصائص الاقليم موضوع التخطيط قد وضعت فى أسلوب وصفى وخرائط ورسوم بيانية ، فلماذا نصر على أهمية ابراز هذه المعلومات فى خلاصة ذات معنى ؟

ان مرحلة البحوث ليست الا مرحلة تحليل ، أى تجزئة العناصر الى مكوناتها الرئيسية كما يحدث فى التحليل الكيمائى . فعن طريق البحوث يمكن تقسيم الاقليم الى أجزاء والى عوامل عديدة يتم فحص كل منها على حدة . أما مرحلة توليف هذا الشتات من المعلومات المجزاة فتعنى تشكيل مجموعات جديدة من هذه المعلومات يجمع بينها رباط مشترك بحيث تكون ذات أهمية بالنسبة للمنظومة ككل .

ولعل صعوبة من الصعوبات الرئيسية لهذه المرحلة هو **معانى الكلمات** عمن يتولى صياغة الجزء الوصفى لمجموعات العناصر المجمعة . فعبارة « كيلومترات من الشواطىء الرملية البيضاء » قد تكون تعبيرا دقيقا عن دراسة تحليلية للاند سكيب أو تكون عبارة وصفية عاطفية يضعها محرر اعلانات . فأهداف التنشيط السياحى



١
رسم الاهداف
٢
البحوث
٣
توليف شتات المعلومات فى خلاصة ذات معنى
٤
التصور التخطيطى
٥
جوهر الخطة النهائية والتوصيات
اهداف التخطيط العامة والمحددة
- العمل التخطيطى
- وثيقة التخطيط للقطاعين العام والخاص.
البحوث فى العناصر الطبيعية
- الموارد الطبيعية
- الموارد الحضارية
البحوث فى عناصر برنامج التنمية السياحية
الاسواق
المعلومات واتجاهاتها
توليف معلومات العناصر الطبيعية
خلاصة البحوث
توليف معلومات عناصر برنامج التنمية السياحية
التصور بالنسبة للموارد الطبيعية للتنمية
التصور بالنسبة لعناصر برنامج التنمية
التنمية الطبيعية
برنامج التنمية
السياسة والتنظيم
مراحل اولويات
العمل التخطيطى

هى العمل على جذب السائحين الى دولة ما أو اقليم ما واقناعهم بالزيارة . ولذلك فان هناك ميلا لاستعمال الكلمات المفعمة بالعواطف الجياشة لانها ذات تأثير . ومع ذلك فلاغراض التخطيط يجدر عدم استخدام هذه الكلمات حتى لا تؤدى الى اخطاء أو قناعات غير صحيحة قد ترتب مسئولية على الدولة وشركات السياحة أو منظمى الرحلات فيما بعد . ولذلك فانه يجب التحرز عند استخدام الكلمات الوصفية وان تكون صادقة منضبطة ومستخدمة استخداما اصطلاحيا سليما حتى يمكن الوصول الى اتفاق بشأن معانى الكلمات والحقائق التى تمثلها هذه الكلمات والنتائج المتعلقة بالاقليم موضوع التخطيط .

وثمة صعوبة أخرى تتمثل فى المعتقدات الشخصية لبعض المخططين وتحاملهم لجانب أو ضد بعض النظم والافكار المؤثرة فى تقييم الموارد الطبيعية وعناصر برامج التنمية ، ومثال ذلك أن يكون المخططون ممن يفضلون ادارة بعض هذه الموارد بواسطة جهاز حكومى ، أو على العكس ممن يؤمنون ابتداء بأن السياحة مجال خصب لنشاط القطاع الخاص فقط الذى يقوم على عنصر المبادأة الفردية والعمل التنافسى القائم على اعتبارات السوق ، فلا شك أن امثال هؤلاء أو اولئك سيتأثرون بمعتقداتهم الشخصية ويدخلون دون ارادة واعية فى تقييم مختلف الموارد السياحية وعناصر التنمية .

وثمة قضية أخرى هامة فى منطق جمع شتات المعلومات عن اقليم معين مثلا هى مشكلة المضمون ومدى ما يعطى من مجهودات بحثية لبعض العناصر على حساب عناصر أخرى مما قد يخل بالتوازن المطلوب فى مضمون البحث فى العناصر اللازمة للتخطيط ، وقد يترتب على ذلك اختلال المرحلة التى نحن بصددها وهى جمع شتات المعلومات فى خلاصة ذات معنى .

بعض المبادىء التى يجب اتباعها فى مرحلة جمع شتات المعلومات :

١ ـ **التعميم** generalisation فالتخطيط السياحى الاستراتيجى على المستوى القومى أو على مستوى الاقليم ليس تخطيطا لموقع . وبالتالى يتعامل التخطيط هنا مع أهم الفوارق وأوجه التشابه ولا يتطلب الدخول فى التفاصيل على نحو ما سنرى عند معالجة قواعد تخطيط المواقع السياحية التى تشمل مشروعا أو أكثر . ولذلك يجب توجيه أساليب التخطيط وطرقه نحو المساحات الكبيرة . فبحوث التربة وتصنيفها يجب اجراؤها بشكل يتناسب مع التنمية الزراعية مثلا ، فالتنمية السياحية تتطلب بحث مدى ملاءمة التربية لاستخدام المواد اللازمة لتجميل واتساع اللاند سكيب ومراقبة التفتت والتدهور ومدى ما تتحمله من هياكل حديدية للبناء أو استخدام المعدات والتجهيزات الضخمة للبناء والتشييد . وكل هذا

يتطلب اعداد خرائط وملخصات معلومات تختلف عما هو مطلوب اعداده عن التربة للتنمية الزراعية .

وفى مرحلة جمع شتات المعلومات يجب ان تقرب هـذه التعميمات من نتائج البحث عن الحياة البرية والنبـاتات فى الاقليم أو المنطقـة التى يجرى التخطيط السياحى لتنميته . وهذه يمكن أن تؤدى الى نتائج هى تفضيل مواقع عن أخرى فى اقامة مشروعات التنمية السياحية . ومع ذلك تتطلب هذه المرحلة اضافة بعض العناصر الأخرى الى عملية التقييم مثل النقل والعلاقات القائمة فى الأسواق قبل الانتهاء الى النتائج النهائية عن المستقبل السياحى لمنطقة جغرافية معينة . ولذلك يتعين على المخطط فى هذه الحالة أن يخلص الى الخصائص والاعتبارات العامة التى تحكم المنطقة دون اعادة البحث فى تفاصيل ودقائق كل عنصر من العناصر التى جمعها خلال مرحلة البحث .

فالتعميم هنا هو السبب الرئيسى فى وضع الخرائط بمقياس رسم كبير لأن مقياس الرسم التفصيلى (الصغير) مقصود به خدمة تخطيط المواقع والمشروعات .

٢ ــ **مبدأ التحفظ** Principle of parsimony فى المجهـودات التخطيطية وفى التقييم وفى وضع التقرير النهائى والوقت اللازم لكل ذلك . فهناك ميل نحو الاسهاب والاطالة فى وقت المخططين وبوجه خاص فى مرحلة جمع المعلومات ومرحلة البحوث ومرحلة جمع شعتات المعلومات ووضعها فى خلاصة ذات معنى . وهذه ليست مشكلة تحريرية بقدر ما هى مشكلة أداء كامل تشمل الفكر التخطيطى ومنطق التقييم وأولوياته وتنظيم العمل وبخاصة فى المراحل النهائية للتخطيط .

اســاليب توليف شتات المعلومات عن الموارد الطبيعية والحضارية :

يمكن اتباع أسلوبين لتوليف شتات المعلومات عن الموارد الطبيعية فى الاقليم الذى يجرى تخطيطه :

الأول ــ دراسة التفاعل بين مختلف العناصر التى تضمنها الموارد الطبيعية . وهذا يجب أن يعنى بحصر جميع أوجــه التأثيرات المتبــادلة بين مختلف العناصر الطبيعية .

الثانى ــ خرائط العنــاصر الطبيعيــة Physical factors mapping التى توضع نتيجة للدراسة أو البحوث التى اجريت فيما ســـلف القول ، وهذه يمكن تصعيدها فى خرائط مركبة Composite اى تتضمن كافة العناصر المتفاعلة .

وظاهر أن وضع هذه الخرائط هو نتيجة لدراسة التفاعل بين العناصر الطبيعية المختلفة ولاتكون هذه الخرائط سليمة الا بقدر ما تكون هذه الدراسة سليمة. ولذلك

فقد سارت التجربة الناجحة على وضع خريطة لكل عنصر باستخدام النقاط الترجيحية النسبيه ، تم يجرى بعد ذلك ترجمة هذه الخرائط المتعددة التى تضم كل منهـا عنصرا من العناصر الطبيعية الى خرائط كمبيوترية باستخدام الكمبيوتر . وثمـة برامج كمبيوترية متاحة الآن مثل برنامج سيماب Symap وهو يشير الى نظام الخرائط الستوجرافية الذى تم تصميمه فى معامل تحليل المساحات والرسـوم البيانية الكمبيوترية بجامعة هارفارد بالولايات المتحدة . وهناك برامج أخرى متاحة فى الوقت الحاضر لتحقيق نفس الغرض مثل برامج اوتوماب Automap وايجميز Igems وامجريد Imgrid وكلها تساعد المخطط على تصعيد الخرائط المتضمنة عنصرا واحدا الى خرائط تضم عدة عناصر متفاعلة .

ولا شك أن هذا التطور العلمى يسمح بوضع خرائط أكثر دقة من حيث التفاعل القائم بين مختلف العناصر الطبيعية لانه تفاعل متبادل بين عدة عناصر يؤثر بعضها فى البعض تأثيرات مختلفة المدى نتيجة التداخـل بينهـا وهو ما يتعذر على المخططين اجراؤه بالطريقة اليدوية العادية . لانة لا يتصور امكان الاحاطة بالتأثير المتبـادل والتفاعل بين عناصر طبيعية مثـل طبوغرافيا الأرض وطبيعة التربة وجيولوجيتها بالاضافة الى الغطاء النباتى والحياه البرية وأماكن توفر المياه الجوفية ومدى نقاوتها وصلاحيتها للاسـتخدام الآدمى فى أقليم يجرى تخطيطه ، لا يمكن التعرف يدويا وعقليا على مدى التأثيرات المتبادلة بين كل هذه العناصر فى تحديد الأماكن الصالحة للتنمية السياحية وخاصة اذا اضفنا الى كل اعتبار الموقع location الذى يخضع بدوره لعدة خصـائص ومتغيرات . الا ان ذلك كله متوقف على صـحة المعلومات والبيانات المجمعة وصحة الخرائط المرسومة يدويا بالنسبة الى كل عنصر على حده .

ولقد أصبح من المسلم فى عام التخطيط السياحى ان نتائج هـذا التفاعل بين العناصر الطبيعية والخرائط المركبة التى توضع كمبيوتريا تختلف بحسب ما اذا كنا بصدد تخطيط لتنمية سياحة المقصد Destination او سياحة المرور Touring والأولى تنمية سياحية تقوم على عناصر جذب أسـاسية لاغراء السـائحين بالقدوم والمكوث فى الاقليم أو المنطقة لفترة زمنية معينة لمزاولة نشاطات سـياحية مختلفة سواء أكانت ثقافية أم استجمامية وترويحية أم ترفيهية أو لحضور مؤتمر أم للعلاج أم لأسباب الزيارات الدينية أم لخليط من نمطين او اكثر من انماط السـياحة ؛ والثانية تقوم على عناصر لجذب السائحين لزيارة الاقليم او المنطقة على سبيل المرور منها الى مقصد آخر أو لزيارة معالم الاقليم أو المنطقة السياحية على سبيل التجوال

لمشاهدتها جميعا Sightseeing في وقت معين دون المكوث فيها بصورة مستقرة لبعض الوقت (١) . وتقييم ذلك كله يتم وفقا للدراسات المتعمقة في السوق .

وفضلا عن ذلك فان اضافة العناصر الحضارية والثقافية الى العناصر الطبيعية في الخرائط المركبة من شأنه ان يغير من المستقبل السياحي للاقليم أو المنطقة تغييرا كبيرا كما حدث في دراسة تخطيطية أجريت في ولاية تكساس الامريكية . ولذلك نرى انه من الخطأ تأسيس الخرائط المركبه على العناصر الطبيعية وحدها .

كل هذه القرارات المتعلقة بالسياسة والتخطيط السياحي تستمد قيمتها من قيمة وخبرة وكفاءة المخططين ومدى حرصهم على البحث المتعمق في مختلف المتغيرات وقدرتهم على استيعابها وتوليف شتاتها بأساوب علمي سليم ، والا كانت الخلاصة المطلوبة خاطئة لبنائها على أسس مغلوطة أو غير سليمة .

أساليب توليف شتات المعلومات عن برنامج التنمية السياحيه :

وهذه لا تقل أهمية عما قلناه عن توليف شتات المعلومات عن الموارد الطبيعية والحضارية . وتشمل برنامج التنمية السياحية الاسواق ، والمعلومات وتوجيهاتها ، والعوامل الاجتماعية والبيئية ، والانظمة الحكومية ، والتمويل والعمالة والادارة وظروف ملكية الارض والتصرف فيها ... الخ .

ولان هذه العناصر ليست متعلقة بالموقع الجغرافي وطبيعة الارض وتضاريسها مثل العناصر الطبيعية ، فهي لا تستلزم وضع خرائط ، وانما تتطلب من المخططين مراعاة منتهى الدقة في البحوث المتعلقة بها لبناء علاقات تفاعل وتبادل صحيحة . ومثال ذلك كيف تتناسب الحملات الدعائية والاعلانية مع خصائص وظروف السوق الموجهة اليه ، وهل توجد علاقة بين القيم الاجتماعية السائدة في منطقة معينة فيما يتصل بالتنميه السياحية وبين ما هو متاح من تمويل وخبرة وادارة ومراكز عمالة بدرجة كافية أو غير كافية ؟ ، وما هي خصائص تأثير الحكم المحلي على التخطيط السياحي ايجابيا وسلبيا ؟ .

هذه هي بعض التساؤلات التي يتعين اثارتها والاجابة عليها في هذه الخطوة من التخطيط :

الخلاصـــة :

اذا كانت مرحلة توليف شتات المعلومات تمثل العمل الخلاق في هذه المرحلة من مراحل التخطيط ، فان الخلاصة هي النتيجة التي يخلص اليها هذا العمل .

---

(١) انظر تفسيرا آخر لذلك في مؤلف الدكتور نبيل الروبي ـ التخطيط السياحي طبعة ١٩٨٧ ص ٩٢ و٩٣ .

وهذه هى التقريرات الحاسمة عن الاقليم الذى يجرى التخطيط له والتى تصف الموقف الراهن للاقليم ومستقبل التنمية السياحية فيه . وهذه الخلاصة يجب ان يتفق عليها المخططون والمستثمرون والطبقات الشعبية . وكذلك فان هذه الخلاصة تعتبر ذات اهمية كبرى لدى المسئولين الحكوميين بدرجة اكبر من الاهمية المعقودة للتوصيات التخطيطية لان الخلاصة تعطيهم فكرة كاملة عن خصائص الاقليم الذى يجرى تخطيطه واتجاهات مستقبله السياحي بصورة لم تكن معروفة من قبل .

ويستخدم فى الخروج بهذه الخلاصة الاتجاهان الاستنباطى (١) والاستقرائى(٢) وهما المحددان للمستقبل التخطيطى للاقليم السياحي وهى تقريرات عامة شاملة حول خصائص وعناصر ومميزات ومثالب هذا الاقليم بحيث تكون مرآة منطقية واضحة تعكس الصورة الحقيقية للاقليم حاضرا وتوجيهاته السياحية المستقبلية ، ومثال ذلك ما يلى :

١ ـ يبحث السائحون عنه ويتمتعون بالموارد وعناصر الجذب الطبيعية والحضارية .

٢ ـ يحظى الاقليم موضوع التخطيط بالموارد الطبيعية والحضارية التالية .... ولذلك وبناء على ما تقدم .

٣ ـ هناك مجال كبير للبحث عن فرص لزيادة التنمية السياحية التى تؤسس على الموارد الحضارية للاقليم والتى لم تشملها التنمية حتى الان على النحو التالى.

ويبين مما تقدم ان هذه الخطوة من خطوات التخطيط هى اكثر الخطوات صعوبة واكثر استعصاء على الشرح المنضبط لانها تجمع بين الخلق والابداع وبين البحث الواقعى التطبيقى . فهى خطوة ابداعية لانها تضع لاول مرة تقريرات حاسمة حول الاقليم وما فيه من فرص مواتية وجوانب سلبية للتنمية السياحية . فبينما ان هذه التقريرات تتضمن خلق وابداع حقائق جديدة عن الاقليم ، الا انها تستند الى بحث واقعى لا يمكن فحص نتائجه مثل وجود أو عدم اسواق للتصدير السياحى قريبة من الاقليم ، وجود أو عدم وجود موارد طبيعية وحضارية كافية للجذب السياحى لسياحة المقصد مثلا ، وجود أو عدم وجود تشريعات لتسهيل التنمية السياحية فى الاقليم .. فهذه التقريرات ليست تصورات وافكار جديدة وتوصيات تخطيطية بقدر ما هى خلاصة تقوم عليها الافكار والتوصيات .

□ □ □

---

(١) ويعنى استنباط التفاصيل من القواعد الكلية .

(٢) ويعنى بناء القواعد الكلية على التفصيلات والفروع .

الباب الخامس عشر

الأفكار والتصورات التخطيطية

وهى خطوة تالية من خطوات التخطيط الاستراتيجى القومى او الاقليمى او المحلى تقوم على ترجمة الحقائق والخلاصة التى خلص اليها المخططون الى افكار وتصورات للتنمية السياحية . وتوصف هذه الخطوة الهامة بانها خطوة ابداعية Creative بمعنى انها تتضمن القدرة على تشكيل واخراج فكرة جديدة من فكرتين أو أكثر من الأفكار القائمة فى الواقع .

فبينما ان الابداع والخلق صنوان للاختراع فى العلوم الطبيعية كوليد لتجارب معملية أو للفنون التشكيلية . كالرسم والنحت بحسب الأصل ، فانها يمكن ان توجد كمؤهل من مؤهلات فريق المخططين .

وفى ضوء هذه المعانى عن الابداع والخلق يمكن ان يكون للخطوات التخطيطية السابقة معان حتى بالنسبة لخطوة رسم الاهداف عن مستقبل التنمية السياحية . ولكن يجب الاشارة الى أن الابداع والخلق لا يأتيان كلمحة برق خاطفة فى السماء الزرقاء ولكنهما يأتيان كنتيجة للبحث المتعمق المتصل لخصائص وموارد الاقليم مع التصور الكامل لمتطلبات السوق والتفاعل الواجب بين الاثنين مع اطلاق العنان للتصور الخلاق والفكر المتجدد الذى تغذيه اصالة التجربة وعمق الخبرة ودون محاكاة عمياء للقائم فى دولة اخرى أو منطقة اخرى .

ولا شك ان احداث التغيير فكرة اساسية فى التنمية السياحية المستقبلية . وقد بدأ النظر الى هذا التغيير بشىء كثير من القيود ازاء الاتجاهات الحديثة فى التخطيط السياحى من ضرورة حماية البيئة وتقييد النمو كيفيا وكميا . ويغذى هذا الاتجاه نحو عدم احداث تقييد كبير ما تراه البنوك ومؤسسات التمويل من ضرورة اثبات ان مثل المشروع المطلوب تمويله له تاريخ سابق فى النجاح وهو ما يدعو الى اتجاه التقاليد وعدم اطلاق العنان للفكر المتجدد .

ومما يرد به مثل هذا الاتجاه السلبى ان الاسواق السياحية فى تغير دائب نتيجة تطور اذواق السائحين وتوقعاتهم وما يستحسنونه وما يستهجنونه فضلا عن دوافعهم التى تتغير بصورة مستمرة ، وكذلك فان التطور التكنولوجى العظيم الذى يترتب عليه تطوير دائم فى وسائط النقل ، فضلا عن التجديد فى الخدمات والتسهيلات السياحية المختلفة والسياسات والافكار التخطيطية ، كل ذلك يجعل السياحة ظاهرة

ديناميكية لا تقف عند حال واحد بل هى دائمة التغيير . ولذلك كان لابد من افساح المجال للخلق والابداع بشرط ان يكون ذلك ثمرة تجارب وخبرات خبراء حقيقيين لا مدعين .

وبمعنى آخر لايجوز لاقليم سياحى ان يدخل مجال التخطيط السياحى الاقليمى الا اذا كان المسئولون فيه على استعداد لتخيل مستقبل سياحى أفضل يستمد اساسه من خصائصه ومعطياته تغذيها خبرة حقيقية لفريق المخططين السياحيين فبدون التخيل العلمى Scientific fantasy (١) . لا يمكن بلوغ الاهداف . ولذلك فان اتجاهات التطابق غير المبدع مع القائم فى مناطق أخرى ليست اتجاهات جميدة ولا مؤهلات جيدة للمخططين السياحيين ، بل على العكس فان اتجاهات المخاطرة باعتماد افكار جديدة مؤسسة على بحث علمى هى التى يجب التعويل عليها لضمان التقدم . وبالتالى فانه يجب توفير صفات معينة فيمن يعتبر مبدعا أو خالقا لافكار جديدة :

- الاستقلال فى الحكم وبخاصة تحت ضغط .
- الشجاعة والاصرار .
- درجة عالية من القابلية للتكيف مع الاوضاع المختلفة .
- الاستعداد لتقبل الخبرات الجديدة فى مرونة ودون حساسية .
- التحمس لاطلاق العنان للابداع والخلق .

فالخلق والابداع يتطلبان الذكاء ، والقدرة على التعرف على المشكلات ، والاستعداد لفصل العناصر الهامة من العناصر التافهة ، واخيرا الشجاعة للنظر والرؤية من الداخل .

ومثال ذلك فقد كانت أماكن الاقامة فى الولايات المتحدة حتى سنوات الثلاثينات تنحصر فى الفنادق وفى الكورت السياحى (وهو عبارة عن مساحات مغلقة تفتح على الطريق يقام بها غرف لاستقبال الزائرين) . ثم تطور الامر تدريجيا الى خلق الموتيل وفندق السيارات Motor Inn وغير ذلك من أنواع متباينة من الفنادق التى تشتمل على خدمات ترفيهية ورياضيه مختلفة .. وكان ذلك عن طريق الخلق والابداع لتلبية احتياجات جديدة ظهرت فى السوق . وثمة مثال آخر للابداع هو بيع أماكن التخييم فى المخيمات حيث ظهرت فى امريكا عدة شركات لبيع اماكن التخييم بدلا من الاكتفاء بتأجيرها بالليلة . وسمى هذا الاتجاه الجديد بالتخييم المشترك الملكية Condominium Camping ، كما يعتبر التطور الهائل الحادث فى انشاء قرى الاجازات المتكاملة مثلا ثالثا من أمثلة الخلق والأبداع ، فبعد ان كانت قرى الاجازات أماكن لقضاء اجازات اقتصادية للعائلات والعمال فى فرنسا اذا بها تتطور ليصبح

---

(١) التخيل العلمى هو اطلاق المجال لتداعى الافكار الجديدة المؤسسة على البحث العلمى .

بعضها مراكز سياحية عالية المستوى متكاملة الخدمات والتسهيلات تصنف وتقيم مثل تقييم الفنادق بل فيها ما يعتبر مستواه أعلى من الخمس نجوم مثل لاس بريزاس فى اكابولكو بالمكسيك حيث يوجد ٢٥٠ شاليها كل منها مزود بحمام سباحة خاص ، وقرية PGA National بحدائق بالم بيتش بفلوريدا حيث يوجد خمسة ملاعب جولف مختلفة فضلا عن فندق من فئة الخمس نجوم وفيلات وشاليهات على أعلى مستوى وغابة خاصة متروكة بكرا فى وسط القرية التى تبلغ مساحتها ٢٤٠٠ فدان ، وغير ذلك من الامثلة .

وكذلك تعتبر الحدائق الترفيهية Theme Parks مثلا آخر من امثلة الابداع السياحى . فهى منتشرة فى دول كثيرة منها الولايات المتحدة وبريطانيا وهولنده وفرنسا وايطاليا وغيرها . بل آن حدائق والت ديزنى بوجه خاص التى انشئت اولا بمدينة لوس انجيليوس بكاليفورنيا ثم مدينة أورلاندو بولاية فلوريدا نموذج حى للابداع والخلق فى العرض الذى يخلق طلبا سياحيا مستمرا ومتزايدا . بل ان منطقة ابكوت Epcot والتى تمثل ارض الغد فى مناحى النشاط الانسانى كجزء من حدائق والت ديزنى بأورلاندو بلغت قمة الابداع والخلق والخيال العلمى المستند الى ابحاث علمية متعمقة .

مبادىء التخطيط السياحى :

١ - التركيز Clustering فى مشروعات التنمية السياحية :

لتحقيق أهداف عديدة أهمها التوفير فى مكونات البنية الأساسية وبوجه خاص الطاقة فضلا عن أنها تؤدى الى ادارة اكثر فعالية .

والتركيز عكس الانتشار الذى كان يفضله مصممو ومخططو المتنزهات القومية National Parks فى الولايات المتحدة عند بدء ظهورها . ويقتضى مبدأ التركيز حصر التنمية فى الشواطىء البحرية فى مناطق محددة يتفق طول واجهتها البحرية مع الطاقة الاستيعابية المطلوبة وترك باقى المناطق الشاطئية مفتوحة دون تنمية مكثفة من ناحية وللسماح بتنمية مخططة فى المستقبل من ناحية أخرى وذلك لحماية المستفيدين من هذه التنمية السياحية .

وقد اشارت خطة تنمية شواطىء ولاية كاليفورنيا الى ان الخطة تشجع تركيز التنمية فى الاماكن التى سبق تنميتها للاقتصاد فى المرافق العامة وتخفيض احتمالات الاضرار بالموارد الطبيعية وايجاد سبل نقل ومواصلات داخلية خلاف السيارة (١) .

٢ - الارتباط بين عناصر الجذب والخدمات :

لابد من وجود ارتباط بين عناصر الجذب السياحى وبين الخدمات . فلا يتصور وجود عناصر جذب سياحى فى منطقة جرداء دون توفر أدنى قدر من الخدمات مثل

(١) يراجع تقرير هيلى عن خطة تنمية شواطىء كاليفورنيا طبعة ١٩٧٦ ص ٢٢١ .

مكتب استعلامات وكافيتيريا صغيرة وخدمات لقضاء الضرورة . ولكن يجب أن تتمشى هذه الخدمات كيفيا وحجما مع حجم المعالم السياحية المتوفرة فى المنطقة والا يترتب على وجودها تقليص اهمية المعلم السياحى او تدهوره . فيكتفى اذن بالضرورى ميها خاصة اذا كانت هناك وسائل نقل ميسرة بين المنطقة التى بها عناصر الجذب السياحى وبين مدينة أو مجتمع سكانى أو قروية متجاورة تتركز فيها الخدمات المختلفة . فان لم يكن هناك مركز حضرى على مسافة قريبة كان من اللازم توفر هذه الخدمات بصورة كافية بما فيها من اماكن للاقامة وتقديم الطعام والشراب خاصة اذا كان مكان الزيارة يتطلب قضاء وقت طويل فى الزيارة مثل يوم كامل أو أكثر . وبمفهوم المخالفة اذا كان عنصر الجذب السياحى لا يتطلب قضاء وقت طويل فى زيارته كان من اللازم الاكتفاء بالحد الادنى من الخدمات على النحو الذى سلف بيانه .

٣ ـ التكامل والتساند بين عناصر الجذب الطبيعية والحضارية :

يتعين ان يعرف المخططون انه لا تناقض بين الموارد الطبيعية والموارد الحضارية كعناصر جذب سياحية لاقليم ما او منطقة ما ، بل على العكس يجب أن يعتمد التخطيط للتنمية السياحية فى الاقليم على التساند بين هذين النوعين من الموارد لأن الوسائل الهادفة الى حمايتها من التدهور واعدادهما كعنصرى جذب اساسين للسائحين هى واحدة بالنسبة الى التصميم المعمارى والادارة . فالشلالات والبحيرات والجبال والحياه البرية والغطاء النباتى والآثار والخصائص الطبيعية والحضارية الأخرى للاقليم وهى بذاتها عناصر الجذب السياحى يمكن ضمان حمايتها وتمتع السائحين بها دون التسبب فى تدهورها عن طريق حسن التصميم والادارة العلمية وتحقيق التكامل بينها دون التنافس .

فزيارة منطقة طبيعية مثل الشق الكبير فى الولايات المتحدة Grand Canyon على ظهور الدواب كما هو الحال الآن يمكن أن يستعاض عنه بتركيب التليفريك مع استخدام المساعدات السمعية والبصرية فى مكان يخصص لهذا الغرض عند حافة الجبل حيث تبدأ الزيارة .

٤ ـ وسيلة الوصول :

رغم أنه لا يخفى على مخطط ضرورة ايجاد السبيل الامثل للوصول الى ومن الاقليم موضوع التخطيط لأن ذلك يعتبر من ابجديات التخطيط السياحى ، الا ان ذلك يتطلب دراسة متعمقة وتطبيقا سليما . فطرق المواصلات وهى متعددة الاغراض اساسا توجد شكتها عادة حيث توجد مستوطنات سكانية كبيرة ، لذلك فان تفريغ هذه الشبكات لتخدم الاقليم الذى يجرى تخطيطه سياحيا دون أن يترتب على ذلك تكلفة استثمارية مبالغ فيها هو من أهم ركائز التنمية السياحية .

وتدق الصعوبة فيما اذا كنا بصدد تنمية سياحية فى اقليم فى دولة نامية ليس فيها شبكة طرق متكاملة ووسائل مواصلات متعددة تربط هذا الاقليم موضوع التخطيط بباقى مناطق واقاليم الدولة . فانشاء شبكة الطرق وانشاء المطارات وربط الاقليم برحلات جوية منتظمة هى من الامور باهظة التكاليف وتحميل مخطط مشروع التنمية السياحية فيه بهذه التكاليف جميعها امر يترتب عليه زيادة التكلفة الى درجة قد لا تتلاءم مع ظروف الاستثمار وكفاية عائده ولا مع قدرة السوق السياحى على الامتصاص . لذلك كان تخطيط طريقة الوصول فى مثل هذه الحالات امرا بالغ الصعوبة وتقتضى - كما قلنا - بحثا متعمقا .

ويضرب بعض خبراء التخطيط السياحى مثلا بالتنمية السياحية الشاطئية فى مثل هذه الحالات فيرون أن خير السبل للوصول تكون عن طريق البحر لكى يحافظ على الطابع الجمالى للمناطق الساحلية بعد التنمية السياحية وعدم شطرها بانشاء شبكات الطرق السياحية الخاصة .

٥ - حجم المستوطنات السكانية ومدى قربها من مكان التنمية السياحية :

لا شك ان مشروعات التنمية السياحية تزدهر كلما كانت على مسافة معقولة من التجمعات السكانية الكبيرة لان هذه التجمعات السكانية تمثل اولا أسواقا لتصدير الطلب السياحى اليها على الاقل بالنسبة للزيارات اليومية واجازات نهاية الاسبوع . ولذلك فكلما كان اختيار موقع التنمية السياحية قريبا من المدن كلما كان ذلك فى صالح المشروعات التى تنشأ من ناحية امدادها بالعملاء ومن ناحية أخرى امدادها بالعاملين دون تكلفة اضافية لانشاء مساكن دائمة لهم . ويستثنى من ذلك فقط بعض مشروعات التنمية السياحية مثل المنتجعات السياحية الشتوية الجبلية حيث يمارس الزائرون رياضة الانزلاق على الجليد اذ يلتصق هؤلاء عادة بالمكان الذى يحبونه لممارسة هذه الرياضة دون توقف على كونه قريبا من محال اقامتهم .

٦ - الطاقات الاستيعابية (١) :

سبق ان ذكرنا فى الباب الثامن حدود الطاقة القصوى للمناطق السياحية ويبين منها ضرورة التدقيق فى الطاقة الاستيعابية للاقاليم التى يجرى تخطيطها وفكرة تحديد الطاقة القصوى فكرة مرنة وان تدهور بعض المناطق السياحية لا يرجع الى تجاهل حدود الطاقة القصوى بقدر ما يرجع الى رداءة التخطيط والادارة .

---

(١) راجع ما سيرد عن طرق تحديد الطاقة الاستيعابية فى الباب التاسع عشر عند التعرض لقواعد تخطيط المصايف الساحلية .

والذى نعتقده انه بينما يلزم تحديد الطاقة الاستيعابية القصوى للمناطق السياحية من النواحى الطبيعيـة Physical والبيولوجية Biological والادارية والتنظيمية Managerial فان الحلول اللازمة لذلك تختلف من اقليم الى آخر ومن موقع الى آخر حسب طبيعته وخدماته ونظام استقبال السائحين والزائرين فيه . وهذه الحلول هى المجال الحقيقى لاعمال خبرات المخططين فى التصميم وبعد ذلك طريقة التنفيذ والادارة الفعلية .

٧ ــ المرونة :

تعتبر المرونة عاملا هاما من عوامل نجاح التخطيط السياحى . فالسياحة ــ كما قلنا ــ ظاهرة ديناميكية تعمل بصورة مستمرة على تحقيق التوازن ذاتيا على المستوى الدولى وعلى المستويين القومى والاقليمى عن طريق تغير دائم فى عناصر الطلب والعرض . ولذلك فانه يتعين أن تكون خطط التنمية السياحية قابلة للتطويع للمتغيرات الحادثة . وهذا هو ما يجعل التخطيط السياحى الناجح صعبا .

وهذه القاعدة العامة يمكن أن تنتقد بأنها تخالف الفكرة الاساسية للتخطيط من حيث هو التنبؤ بالمستقبل واقتراح حلول تبادلية للتنمية للمستقبل على ضوء هذا التنبؤ . ويكمن الخطأ ــ لذلك ــ فى عدم الاعتراف بان التخطيط يقوم على افتراضات عن المستقبل ، ولذلك فانه يتعين ايجاد المجال للتخطيط الاحتياطى Cotingency Planning فيما اذا ثبت عدم صحة بعض الافتراضات التى بنى عليها التخطيط . وكلما كانت المعلومات والبيانات المجمعة عن العناصر الداخلة فى التخطيط كاملة ، وكلما كان البحث العلمى فيها متعمقا ، كلما جاء التخطيط معبرا عن الواقع الفعلى وأصدق ما يكون للتعبير عن ظروف المستقبل . ولكن يجب ايجاد الفرصة لامكان تعديل التخطيط ليكون أكثر تعبيرا عن الحقيقة فيما اذا دعت الحال الى ذلك .

ويتفق ذلك مع قاعدة أساسية هى استمرارية التخطيط أى ضرورة اعادة النظر باستمرار فى التخطيط لضمان مطابقته للظروف المتغيرة ، وهذا تعبير عن اهداف متحركة غير ثابتة .

٨ ــ نوعان من السياحة : سياحة العبور وسياحة القصد :

بينما تعتبر السياحة قطاعا شاملا لعدة مكونات انتاجية وخدمية يعتبر بعضها صناعات قائمة بذاتها مثل صناعة النقل وصناعة الفنادق فانه يمكن التمييز من وجهة نظر التنمية السياحية بين نوعين رئيسيين من السياحة هما سياحة العبور Touring Tourism وسياحة القصد Destination . وتضم سياحة العبور عناصر الجذب والنقل والخدمات والتسهيلات ومؤسسات الاعلام السياحى

لخدمة اولئك الزائرين لعدة أماكن أو مواقع خــلال عطلة نهاية الاســـبوع أو فترة الاجازات ، ومثال ذلك من يقدم على زيارة عدد من المواقع السياحية والمدن الساحلية على شاطىء الرفييرا الفرنسية او الايطالية خلال مدة معينة ولتكن اســـبوعا مثلا ينتقل خــلاله يوميا من مكان الى آخر . وفى هذه الحالة يعتبر عامل الوقت عنصرا اساسيا فى هذا النوع من السياحة ويكتفى الزائر بالتعرف على اهم المغريات والمعالم السياحية كما ان التوزيع الجغرافى هنا يرتبط بالدورة السياحية وليس بمنطقة او مكان محدد ، ويكون طريق السفر فى هذه الحالة جزءا من تجربة السائح أو الزائر .

أما سياحة المقصد فهى مرتبطة بمكان محدد وتتضمن جغرافيا موقعا محددا او مدينة ساحلية أو جبلية معينة يقصده السائح او الزائر ثم يقضى فيه وقتا طالَ أو قصر لممارسة النشاطات الايجابية أو السلبية التى يريدها . وفى هذه الحالة يعتبر طريق السفر بين نقطة البداية والمقصد مجرد مسافة تقطع للوصول الى غاية دون ان يكون له أهمية خاصة اللهم الا عامل الراحة فى السفر الذى قد يؤدى الى اختيار طريق بعينة اذا تعددت طرق الوصول .

فاذا حدث ازدواج أو ارتباط بين نوعى الســياحة هذين ، كان على المخططين مراعاة ذلك فى التخطيط نظرا للاختلاف بين الموارد السياحية المســتخدمة والتباين بين الاسواق السياحية المصدرة فى الحالتين .

١٠ ـ الاختلاف والتباين :

السياحة ظاهرة مرتبطة بالمكان ، وغير خاف ان الأماكن تختلف وتتباين جغرافيا واجتماعيا واقتصاديا وبيئيا بل وسياسيا كذلك . ومن اللازم كذلك أن يأخذ المخطط فى اعتباره ظروف كل اقليم وان يضع خطة التنمية السياحية التى تتناسب مع هذه الظروف وتجعل الاقليم مكانا ذا طابع متميز عن غيره بحيث تســتخدم الخطة كافة الامكانيات الايجابية للاقليم للوصـــول به ـ بما يناسب ظروفه الخاصـــة ـ الى اكثر أنواع التنمية جذبا للاسواق . وبالتالى ترفع السياحة من المستوى الاقتصادى والاجتماعى والبيئى للاقليم اذا كانت بصورة تتســـاند بها مع غيرها من القطاعات الانتاجية والخدمية فيه .

وعلى ذلك يجب ان يهدف التخطيط السياحى الاســـتراتيجى الى اكتشاف المناطق والاماكن ذات المستقبل السياحى وان تخطط تنميتها وفق مقتضيات المنظومة الطبيعية والبشرية Human Ecosystem Approach التى تخضع اهداف التنمية السياحية لمنطقة معينة للخصائص الخاصـــة لهذه المنطقة بحيث تجعلها منفردة ومختلفة عن غيرها وهذا هو ما يفضله معظم السائحين . **فالخطأ كل الخطأ هو أن يعامل المخطط الاقاليم المختلفة او المناطق المختلفة أو المواقع المختلفة معاملة واحدة فى التخطيط .**

١٠ ـ تحليل التكلفة والربح :

لايتصور أن يتم التخطيط على أى مستوى دون تطرق هذا التخطيط الى بحث اقتصاديات التنمية لان التنمية السياحية ليست غاية فى ذاتها وانما هى وسيلة الى تحقيق غاية هى المساهمة فى رخاء المواطنين اقتصاديا وتحقيق سعادتهم .

لذلك يجب ان تقارن تكلفة هذا التخطيط اقتصاديا واجتماعيا وبيئيا مع ما يمكن ان يحققه من عائد بصورة دقيقة وواضحة . فاذا كانت النتيجة ايجابية اى زاد العائد عن التكلفة وجب المضى فى التخطيط لانهائه والعكس صحيح .

بل أن هذا التحليل يجب أن يتم بشكل يظهر ان العائد المحتمل تحقيقه من التنمية السياحية سيكون اكبر من التنمية فى قطاعات أخرى مثل الزراعة أو الصناعة او غيرها . (١) .

١١ ـ المحافظة على الزراعة وتنميتها :

تدل تجارب الدول السابقة فى مضمار التخطيط السياحى على ان تخطيط التنمية السياحية لا يكتب له النجاح الا اذا كان من بين المبادىء التخطيطية الهامة التى يتبناها الحفاظ على الزراعة بل وتنميتها . ولذلك يجب ان ننأى عن التضحية بالاراضى الزراعية الجيدة لصالح المشروعات السياحية من ناحية ، بل ويجب التوسع فى المناطق الخضراء بوجه عام والزراعة الانتاجية الملائمة بوجه خاص داخل وحول مشروعات التنمية السياحية لانها هى التى تحافظ على طبيعه وخصائص الأرض وتضفى عليها جمالا من ناحية إخرى . بل ان الزراعة المتكاملة شاملة الثروة الحيوانية يمكن ان تكون بمثابة عنصر جذب هام فى المناطق السياحية المخططة وتصبح بالتالى مرغبا فلكلوريا للسياحة وشريكا مساويا لها فى التنمية .

ومن المعروف ان السياحة الخضراء بدات تكتسب أرضية كبيرة فى السياحة العالمية بل ان مزارع الاجازات ـ كما سلف القول ـ اصبحت نوعا متميزا من انواع اماكن الاقامة السياحية الصاعدة لما تحققه من مزايا الاستجمام والتغيير وراحة الاعصاب .

□ □ □

---

(١) راجع جوست كريندورف فى كتابه Les Devoreurs de paysages طبعة ١٩٧٧ ص ١٠٢ و١٠٣ .

الباب السادس عشر

التوصيات التخطيطية
أو
القرار التخطيطى

وهذه هى الخطوة النهائية فى التخطيط التى تعتبر فى الواقع تلخيصا شاملا لاتجاهات التنمية السياحية وفق القواعد الارشادية التى يتضمنها التخطيط الاستراتيجى . وهى تقنين أو توثيق لكل الحقائق التى كشف عنها البحث فى تفاعلها مع اتجاهات المستقبل التى توضحها طرق التنبؤ العلمية المستخدمة بحيث ينشىء هذا التفاعل وضعا جديدا هو المستقبل السياحى للدولة (التخطيط القومى) أو للاقليم (فى التخطيط الاقليمى) واستراتيجيات تحقيق هذا المستقبل والتى لا تكون نهائية الا باشتراك كافة الأجهزة الرسمية ذات الاختصاص والمؤسسات الشعبية فيها .

ويضم هذه التوصيات تقرير مكتوب يجب ان يتصف بالشمول والاكتمال ، وبالموضوعيه بالتركيز فى الافكار وعدم الاطناب . ولذلك يكاد يتفق الخبراء المخططون الامريكيون على أن التقرير النهائى بالتوصيات التخطيطية يجب ألا يتجاوز مائتى صفحة مهما كان حجم التخطيط والا كان من الصعب قراءته وهضمه . أما المعلومات والبيانات التى تسند هذه التوصيات وطرق البحث المتبعة وتوليف الشتات فى خلاصة فيحسن أن تضمها ملاحق التقرير . ولا شك انه مما يعين المخططين على التزام هذه الحدود هو ان يتضمن التقرير بالتوصيات رسومات بيانية وجداول توضيحية . وفيما يلى تلخيص لما يمكن أن يتضمنه تقرير التوصيات .

(أ) التنميـة الطبيعيـة :

١ ـ المناطق المحددة للعبور السياحى .

٢ ـ المناطق المحددة للمقصد السياحى .

(ب) برنامج التنميـة :

١ ـ الاسواق والتسويق .

٢ ـ المعلومات وتوجهاتها .

٣ ـ الابعاد البيئية والاجتماعية .
٤ ـ عوامل التنمية والتنظيم .

(جـ) سياسة التنمية والتنظيم .

١ ـ الجهاز التخطيطى .
٢ ـ السياسة التخطيطية .
٣ ـ دور القطاع العام والقطاع الخاص .
٤ ـ التنسيق للتخطيط الاستراتيجى المستمر .
٥ ـ التخطيط المحلى ومدى جدوى مشروعاته .

(د) خطوات التنفيذ واولوياتها :

المقدمـــة

ويجب ان تتضمن مقدمة تقرير التوصيات كافة النقاط الرئيسية التى تلزم القارىء لكى يعرف الاسباب التى دعت الى التخطيط وكيف تم تنفيـذه ، وما هى الجهة التى طلبت اجراءه ، ومداه والاساليب التخطيطية المستخدمة .

ويكفى ان تعطى هذه النقاط بصورة مركزة لا يشوبها الاطناب .

(أ) التنمية الطبيعية :

ويشتمل هذا القسم من التقرير على التوصيات الاساسية فيما هو مستحب اجراؤه واين ـ ليس بالنسـبة للمواقـع والمشروعات ـ ولكن من حيث المنـاطق والموضوعات التى تناسب الاقليم موضوع التخطيط .

ويضم الفصل الأول الفكرة التخطيطية الشـاملة وخليطا من مناطق العبور والمقصد السياحيين . ويعتبر ذلك بمثابة اطـار عام يبين المناطق ذات المسـتقبل السياحى المتميز وأسباب ذلك . ورغم ان هذا التخطيط استراتيجى قومى أو أقليمى، ويجب لذلك عدم الدخول فى تفاصيل المواقع ، الا أن تحديد المستقبل السياحى يتوقف الى حد كبير على حدوث تنمية المواقع وفق الخطوات التالية :

١ ـ ان المناطق التى حددت كمناطق ذات مستقبل سياحى متميز تدرس دراسـة اكثر تفصيلا بمشاركة اصحاب المصالح المحلية .

٢ ـ ان المخططين والمستثمرين يختارون المواقع التى يبين ان لها مستقبلا سياحيا كبيرا مع أخذ العوامل الاقتصادية والاجتماعية والبيئية فى الاعتبار .

٣ ـ ان يتم الاتصال بالمستثمرين (فى القطاعين العـام والخاص) للقيـام بتنمية عناصر الجذب والخدمات والتسهيلات ووسائل النقل .

٤ ـ أن توضع دراسة جدوى فردية لكل مشروع بحيث يظهر مدى استعداده لتحقيق أهداف التنمية السياحية العامة وهى زيادة اشباع رغبات العملاء مستخدميه واثابة المستثمرين والمالكين ، وحماية البيئة .

١ ـ مناطق سـياحة العبـور :

يجب ان يضم التقرير وصفا لمناطق العبور السياحى ذات المستقبل بناء على توفر موارد سياحة معينة فيها مع ربطها بباقى اجزاء الاقليم المخطط مع بيان تبريرات ذلك فى البحوث وتوليف شتات المعلومات والافكار التخطيطية والتوصيات . ويجدر ان تعطى كل منطقة وصفا مستقلا لأهم عناصر الجذب فيها مع بيان العلاقة بين هذه العناصر والاسواق المصدرة للزائرين أو السائحين جغرافيا وسلوكيا وطرق الاتصال بين هذه المناطق واليها لتحقيق النشاط السياحى العابر .

وفضلا عن ذلك فانه يجب تحديد ووصف المواقع ذات الجذب الرئيسى فى كل منطقة بصورة عامة سواء أكانت مواقع تتضمن موارد طبيعية أو حضارية (تاريخية أو اثرية) أو غير ذلك . ويمكن اضافة تعليقات مختصرة عن كل من هذه العناصر لكى تصلح أساسا للمرحلة اللاحقة من التخطيط وهى مرحلة تضم جدوى مشروعات التنمية . وكذلك التعليق على مشكلات التخطيط الطبيعى والحلول المقترحة لهذه المشكلات يجب أن يتضمنه هذا الجزء من التقرير . أما طرق الوصول والسفر الى هذه المواقع ومنها وبينها فهى جزء هام من اجزاء هذا التقرير كذلك .

٢ ـ مناطق سـياحة المقصـد :

توصف هذه المناطق وصفا يتضمن منطق اختيارها كأساس لسياحة المقصد . وتوضيح افكار المخططين حول هذه المناطق التى توصف عناصرها الطبيعية والحضارية وصفا يسمح بوضع افكار متناسقة متكاملة لتنميتها ، وبخاصة مع وصف طرق الوصـول اليها ومنها .

أما مجموعات ابنية المشروعات وانواعها التى يمكن اقامتها فى هذه المناطق فانه يجب تحديد طابعها المعمارى ومواقعها الجغرافية وعلاقتها بقاعدة الموارد السياحية المتوفرة فى كل منطقة مع العمل الجاد على رفع المستوى المعمارى لها .

واذا لم تكن مراكز الخدمات ذات أهمية كما هو الشأن فى سياحة العبور ، الا أن مواقعها العامة ومشاكل اتصالها بمراكز الجذب السـياحى يجب أن تكون محل مناقشة فى التقرير .

(ب) برنامج التنميـة :

ويضم هذا الجزء من التوصيات التخطيطية كيف ومتى تتم التنمية وبرمجتها زمنيا وليس المقصود هنا تحديد المواقع موضوع التنمية على سبيل التحديد بقدر ما هو وصف عام لمضمون التنمية وحلول لمشكلاتها ، فتشمل :

١ ـ الأسـواق والتسـويق :

تفترض التوصيات المتعلقة بالتنمية الطبيعية سواء سياحة العبور او سياحة المقصد توفر أسواق معينة . ويتعين ان تتضمن التوصيات ما يبرر هذه الافتراضات

وتحليل خصائصها المختلفة بحيث يستطيع مروجو المشروعات المزمع انشاؤها ان يباشروا حملات التسويق المناسبة لهذه الاسواق . وكذلك يتعين بيان الاتجاهات التى تحكم السوق وتستطيع التفاعل مع المناطق المختارة بحيث تبرز مستقبلها السياحى وبخاصة فى خضم المنافسة مع المناطق الاخرى . هذه النقاط وغيرها من عوامل السوق التى تستطيع أن تسبب تغييرات فى التخطيط اذا صار تنفيذه على المستوى المحلى .

وبالجملة فان التوصيات يجب ان تضم فى تركيز كل خصائص الاسواق المختارة وطرق تكامل المجهودات التنشيطية فى كل تسويقى واحد يتعامل مع هذه الاسواق بصورة فعالة .

٢ – المعلومات وتوجهاتها :

يجب ان تتضمن التوصيات كل الوسائل والاساليب التى تتبع للوصول الى تحقيق تعاون اكبر بين الاجهزة لانتاج معلومات سياحية اكثر فعالية . وهذه المعلومات يجب ان تتعلق بكافة عناصر الجذب السياحى والاسواق المختارة وكيفية تخطيط تنميتها سواء اكانت معلومات عن التحضير للرحلة او اثناء الرحلة او بعد اتمامها (كاقتناء التذكارات السياحية مثلا) . ولذلك يتعين تحديد وتصميم ما يلزم من العلامات الارشادية واماكنها وتصميمها .. الخ .

٣ – الجوانب الاجتماعية والبيئية :

وهذا الجزء من التقرير يجب ان يتضمن المعلومات الشاملة عن الاقليم ومناطقه المختلفة من ناحية عادات السكان المحليين واتجاهاتهم وآرائهم وتقاليدهم بالنسبة للسياحة واستقبال السائحين ، ويتعين ان تناقش هذه الجوانب بوضوح وصراحة بحيث تظهر المفارقات – ان كانت موجودة – بين الاحتجاج السلبى ومقاومة السياحة ، وبين توفر الترحاب والاستعداد الطيب لاستقبال السائحين . واذا كان ثمة مجال لتغير العادات والتقاليد بسبب هجرات سكانية جديدة الى الاقاليم فان ذلك يجب ان يظهر بوضوح . كذلك يجب تحديد اتجاهات الشعور العام فى الاقليم بالنسبة الى دور القطاع العام والقطاع الخاص فى التنمية السياحية المخططة .

ومن ناحية اخرى فان الحاجة الى حماية البيئة والمحافظة على الموارد السياحية الطبيعية والحضارية واساليب ذلك يجب ان تظهر بوضوح فى التقرير وبخاصة مدى التلاؤم أو التضاد بين استخدامات الأرض فى التنمية السياحية وفى الزراعة والتعدين وتنمية الغابات .

٤ ــ عناصر التنمية الأخــرى :

يتعين ان يتعرض التقرير لباقى عناصر التنمية السـياحية من ارض متـاحة وخصـائص ملكيتها وتراخيص وأسـعار التصرف فيها ، وطرق الادارة والعمـالة وظروفها والتمويل الداخلى والخارجى . وكذلك يجب ان يعرض التقرير لأوجـه مساعدات الدولة فى التنمية السياحية سواء بمنح أو قروض منخفضة الفائدة ولمدد طويلة او بالمساعدات المختلفة او بالاعفاءات الضريبية لمدد متفاوتة حسب نوع واهمية مشروع التنمية ومكانيته . الخ .

(جـ) سياسة التنمية والتنظيم :

لعل اهم وآخر نتيجة للتخطيط الاستراتيجى القومى او الاقليمى لا يكمن فى اضافة مشروع جديد يتضمن فنادق وشـاليهات وقرى سياحية أو منتزها قوميا او تنمية موقع تاريخى أو حضارى ، وانما هو ارساء دعائم سياسة جديدة وايجاد تنظيم حديث لرفع مستوى السياحة على المستوى القومى او الاقليمى فما لم تتولى الاجهزة السياحية الرسمية وغير الرسمية القومية او الاقليمية مسـئوليتها كل فى دوره الواضح المحدد له ، فان التغيير الى الافضل يظل مطلبا بعيد المنال .

١ ــ الجهاز التخطيطى :

من بين التوصيات الواجب ورودها صراحة فى التقرير النهائى للتخطيط راى المخططين بالنسبة للجهاز الذى يمكنه تبنى وتنفيذ التخطيط السياحى . فان كان هذا الجهاز غير موجود يتعين بيان طريقة انشائه وهيكله التنظيمى وتوصيف كل دور يقوم به بدقة . واذا كان الجهاز موجودا يتعين تقييمه وبيان نقـاط ضـعفه وقوته وتقديم التوصيات اللازمة لوضعه فى الموضع المناسب الفعال .

٢ ــ سياسة التخطيط :

ومع انشاء الجهاز التخطيطى وتوصيفه أو تقييم الجهاز القائم وتقويته يجب تحديد سياسة التنمية السياحية التى تتضمن تحديد الاهداف واساليب تحقيقها. ولعل اول مبدأ من مبادىء السياسة السـياحية هو الاعتراف بحق التنقل وحرية السفر كأساس من اسس الحياة الانسانية ، فضلا عن أن مختلف الاهداف الموضوعة تكون أهدافا عامة ثابتة غير مختلف عليها حتى يتعاون على تحقيقها عن طريق اقرار البحث والتعليم والتدريب طرقا لكى يتفهم الجميع الابعاد الحقيقية لهذه السياسة.

ويمكن الاستهداء فى بعض مبادىء هذه السـياسة بدراسـة قام بها الزميـل ترافيس الاستاذ بجامعة بيرمنجهام ببريطانيا لحساب جهاز السـياحة الاسكتلندى سنة ١٩٧٤ ، اذ قسم مسئولية السياسة الى اربعة اقسام رئيسـية : السـياسة الاقتصادية والسياسة التسويقية والسياسة الطبيعية (اى سـياسة استعمالات الأرض) والتنظيم .

٣ ــ القطاع العام والقطاع الخاص :

يعتبر تحديد دور كل منهما فى التنمية السياحية كما يرأها المخططون جزءا أساسيا من اجزاء التقرير النهائى للتخطيط . فايجاد سبل التعاون والتكامل بين القطاعين لوضع الخطة موضوع التنفيذ هو من أهم دعائم نجاح هذا التخطيط .

٤ ــ التنسيق التخطيطى الاستراتيجى المستمر :

ولا يقف التعاون والتكامل بين القطاعين العام والخاص عند حد التنفيذ بل يجب أن يتعداه الى التعاون والتنسيق بين المجهودات لضمان استمرار التخطيط ونجاحه عن طريق تقييم الأداء المستمر ومراقبة نجاح تنفيذ الخطة . وفى هذا المجال فان التقرير يجب أن يبين ذلك وما يجب ان يسود الاجهزة الرسمية المختلفة من تعاون وتكامل وعدم تنافس أو تناحر . وقد يكون من اللازم لتحقيق ذلك تشكيل لجان مشتركة للتنسيق بين الاختصاصات والمسئوليات .

٥ ــ التخطيط المحلى ومدى جدوى مشروعاته :

لما كانت مشروعات التنمية السياحية تأخذ طريقها نحو التنفيذ على المستوى المحلى ؛ فانه مهما صار توضيح السياسات والحوافز والأنظمة واساليب الرقابة على المستوى القومى والاقليمى فان النتيجة النهائية هى انشاء طريق رئيسى سريع أو قرية سياحية أو مجموعة فنادق أو حديقة عامة أو منتزه قومى لحماية منطقة طبيعية او اثرية ... الخ . فالاقليم ليس الا مجموعة من المناطق المحلية ، والدولة ليست الا مجموعة اقاليم . ولذلك يتعين الاشارة بوجه عام الى جدوى انشاء هذه المشروعات فى المناطق المختارة دون الدخول فى التفصيلات مع افساح المجال لاجراء دراسات جدوى تفصيلية فى مرحلة مقبلة بعد اعتماد التخطيط القومى او الاقليمى وتقرير الاتجاه نحو التنفيذ الفعلى للتخطيط .

(د) خطوات التنفيذ واولوياتها :

ان أهم مشكلة فى التخطيط هى وضع الاطار الزمنى الملائم واولويات خطوات التنفيذ . فكلما توغل المخططون فى المستقبل البعيد كلما ادى ذلك الى افتراضات وتصورات عديدة ومتغيرات مختلفة لا يكون لديهم سبل الحكم على اتجاهاتها . ومن ثم يمكن أن يتخلف تحقيق الخطط الموضوعة لعدم تحقق اسبابها . وفى ذات الوقت اذا كان الاطار الزمنى للخطة قصيرا فان التخطيط فى هذه الحالة لا يكون الا ترديدا للاتجاهات القائمة **ولذلك فان الوضع الامثل هو أن يكون الاطار الزمنى للتخطيط متوسطا لكى يكون هناك مجال لتحسين الاوضاع القائمة فى السياحة عن طريق التخطيط** . وقد اصطلح على ان يكون هذا الاطار الزمنى خمس سنوات على الاكثر .

ولذلك يجب ان يوضح التقرير النهائى الخطوات المختلفة للتنفيذ جغرافيا ونوعيا مع وضع اولويات لذلك سواء من الناحية الزمنية او الادارية او الفنية او الاقتصادية .

الباب السابع عشر

التخطيط السياحي الطبيعي

لقد كان التوسع العشوائي للتجمعات السكانية والنمو غير المحدود للمشروعات الصناعية سببا فى تدهور قيمة كثير من الموارد السياحية وخلق مشكلات بيئية لا حصر لها فى كثير من الدول . وقد أكدت هذه المشاكل حقيقة أساسية وهى أن مستقبل السياحة لا يتوقف على مدى فعالية نشاطات القطاع السياحى فحسب : بل على مدى استجابة التنمية فى سائر القطاعات للسياحة ومدى التداخل والتشابك فيما بينها . ولذلك فان طرق التخطيط الحديث تمكن الدول من مواجهة هذه الجوانب فى اطار التنمية الشاملة وتأكيد ان السياحة لا يمكن تخطيطها على انفراد .

وقد دعا ذلك بعض الدول الى التحقق من ان أول شرط من شروط التنمية السياحية هو صياغة وتبنى خطط شاملة لتشكيل اطار يمكن معه احراز التقدم فى السياحة وغيرها من القطاعات بشكل منظم يسهل التكهن به مقدما .

هذا التخطيط الشامل - فى خصوص السياحة - يجب ان يقوم على ثلاثة محاور الى جانب غيرها .

(أ) محور التسامح البيئى اى مدى كثافة البناءات الجديدة التى يستطيع اللاند سكيب او اطار المدينة ان يتحملها .

(ب) محور الاطار الطبيعى ويقصد به حدود التوسع السياحى المتلائم مع موارد المنطقة او الاقليم اى الارض والمياه وغيرهما من موارد سياحية .

(ج) محور الراحة اى حدود الكثافة السياحية بالنسبة الى الارض والكثافات السكانية ومدى توافر المساحات الارضية لتفادى الازدحام وتدهور مستوى الموارد .

وهذه المحاور ليست جامدة وانما تختلف سعة وضيقا طبقا لمعايير مختلفة فى المناطق والاقاليم المختلفة ، فاذا روعيت فى اطار التخطيط الشامل للمنطقةاو الاقليم لحماية البيئة دون التضحية بالتنمية السياحية ، فان مسئولية صياغتها تنعقد للسلطات المركزية أو الاقليمية أو المحلية المسئولة عن التخطيط الشامل والتنسيق على المستوى القومى والاقليمى .

وعلى هذا المستوى يجب أن يرسم التخطيط الشامل الاطار الذى يمكن فيه تنفيذ النشاطات الاخرى الاقتصادية والصناعية المكملة للتنمية السياحية بصورة

تتجانس معها بداخله مثل انشاء المطارات وشبكات الطرق السريعة وغير ذلك من المرافق العامة الاقليمية لكى تتجاوب كلها فى انسجام تام مع احتياجات الاقليم المختلفة .

وفى مرحلة ثانية تدعو الحاجة الى التخطيط التفصيلى على المستوى المحلى لتحديد استخدامات الارض المتلائمة مع السياحة والنشاطات المتفرعة عنها بالمقابلة للنشاطات العادية لسكان الاقليم .

وتعتبر المساحة المفتوحة المخصصة للنشاطات السياحية والترفيهية العنصر الثالث فى الثالوث الاساسى لاستخدامات الاراضى لامكان وجود مجتمعات متكاملة . أما العنصران الآخران فهما أولا المساحات المخصصة للزراعة والصناعة والأجهزة الادارية والنشاطات التجارية وثانيا المساحات المخصصة للمعيشة الانسانية . ويمكن القول انه من الناحية البيئية تعتبر المساحات المخصصة للسياحة والترفيه هى المساحات الهادفة الى المحافظة على الظروف الطبيعية السائدة فى الاقليم شاملة المناطق الخضراء والخصائص الطبيعية المتوفرة مثل الانهار والبحيرات والمرتفعات والوديان وغير ذلك ، ومن شأن ذلك كله تحسين مستوى الاقليم طبيعيا والظروف البيئية السائدة .

استخدام التخطيط الطبيعى للتنمية السياحية :

ظاهر مما تقدم ان الصلة الوثيقة بين السياحة والبيئة تتطلب تخطيطا بيئيا للتنمية السياحية . وبهذه المثابة يعتبر التخطيط الطبيعى اداة فعالة فى تحقيق نوع التنمية المنشودة وفى المحافظة على الموارد الطبيعية والمستحدثة بواسطة الانسان . وطالما ان التنمية السياحية تقوم على الخدمات التى تقدمها قطاعات اقتصادية أخرى ، فان التخطيط الطبيعى مطلوب لضمان تنسيق استخدام المساحات بين الاستثمارات فى المشروعات السياحية وبين الخدمات والتسهيلات العمرانية القائمة ، بمعنى انه يجب ان يكون التخطيط الطبيعى فى هذه الحالة صمام أمن يضمن عدم تجاوز المشروعات السياحية حدود المتاح او الممكن بالنسبة للمرافق الاساسية المختلفة (طرق ومياه وقوى محركة وصرف صحى) والخدمات والتسهيلات العمرانية المختلفة بما فيها الكثافة السكانية فى المنطقة حتى لا يكون ذلك سببا فى تدهور المرافق وتلك الخدمات والتسهيلات او سببا فى انشاء مجتمعات سياحية مصنوعة محرومة من أسباب الحياة العمرانية التى تسندها .

والتخطيط الطبيعى هو عملية مركبة تتطلب استخدام عدة تحليلات وطرق تخطيطية . ولعل تحليل العرض والطلب السياحيين يعتبر اول منطلق لهذه التحليلات اللازمة . وفى مجال هذا التحليل من الناحية السياحية يتضمن العرض أولا وقبل كل شىء الأرض بما لها من خصائص جغرافية وطبوغرافية ومورفولوجية

وايكولوجية ترجح الاستخدام السياحى على غيره فضلا عما بها من منشآت خدمية وتسهيلات ثابتة غير قابلة للنقل ولا للاستبدال .. اما الطلب فيتكون من مختلف الشرائح الاجتماعية والاقتصادية للسائحين مع تباين رغباتهم وتوقعاتهم ودوافعهم ومستحسناتهم ومستهجناتهم ومستوياتهم الاجتماعية . وفى مجال الوصول الى تلاقى وتوازن العرض والطلب يجب الوقوف على مستقبل الحركة السياحية عن طريق وسائل التنبؤ بما تنطوى عليه من نوعية السائح ومدى ما يتأثر به من تسهيلات واسعار وغير ذلك .

أما تحليل العرض فيتطلب جردا عاما لمكونات هذا العرض وتقييما موضوعيا له بغية الوصول الى تحديد مستقبل التنمية السياحية قوميا واقليميا ومحليا .وطريق الوصول الى كل ذلك هو دراسات المسح التى تهدف الى الاحاطة الكاملة بمكونات المنتج السياحى بما يسوده من عناصر جذب طبيعية وحضارية واجتماعية واقتصادية وغيرها .

وكذلك فانه يتعين عدم الاكتفاء بتحليل عنصرى العرض والطلب فى السياحة الدولية الوافدة بل يجب ان يتعدى تحليل العرض والطلب الى السياحة الداخلية واطرها المختلفة لكى يمكن تبرير الاستثمارات فيها . وهنا يجب الوصول الى قرار يتعلق بالسياسة السياحية فيما اذا كانت هذه الاستثمارات السياحية تتسم بالتركيز أو بالانتشار فى الاقاليم والمناطق المختلفة ، وفيما اذا كانت تسودها الوحدة أو الثنائية بين كل من السياحة الدولية والسياحة الداخلية .

ويضاف الى كل ما تقدم تحديد الأثر الاقتصادى للسياحة كقطاع انتاجى على الدولة ككل أو على الاقليم أو المنطقة مع مقارنة هذا الأثر الاقتصادى للسياحة مع الآثار الاقتصادية لغير السياحة من قطاعات انتاجية كالصناعة والزراعة والتعدين وغيرها .

أما تحليل الطلب فيتضمن تقدير أعداد السائحين الدوليين المتوقعين وأعمارهم ومستواهم الاجتماعى والثقافى والاقتصادى وشرائحهم السلوكية متضمنة دوافعهم للسياحة ومواسم زياراتهم ووقت فراغهم وغير ذلك فضلا عن تحديد رغباتهم وتوقعاتهم ، وما يفضلونه من خدمات وتسهيلات ، وذلك الى جانب تحليل طبيعة وحجم حركة السياحة الداخلية ونوع التسهيلات والخدمات التى تتفق مع القدرات المالية المختلفة للمواطنين وتوقعاتهم ورغباتهم . كل هذا يعتبر هاما ولازما بالنسبة للتخطيط السياحى على المستوى القومى قبل البدء فى تحديد الأهداف ووضع البدائل التخطيطية لصياغة خطة التنمية السياحية الشاملة التى يجب أن توضع كجزء لا يتجزء من خطة التنمية الشاملة فى الدولة . ولان تخطيط التنمية السياحية

على المستويين القومى والاقليمى يجب أن يكون واقعيا ولو اتسم بالطموح ، فان ذلك يجب ان يتم داخل حجم الاستثمارات المخصصة لكل قطاع أو نشاط نوعى من الأنشطة الداخلة فى خطة التنمية الشاملة للدولة .

وفى اطار الحياة الاجتماعية للاقليم فان السياحة ذاتها تستفيد من التنميــة الشاملة للاقليم . وحتى يمكن تعظيم هــذه الفائدة وضــمان أهـــدافها النوعية أو القطاعية ، فان السياحة يجب ان يتم تخطيطها ضمن اطار خطة التنمية الشاملة للاقليم . ومن هنا تبدو أهميـــة التخطيط الاستراتيجى الاقليمى الذى يجب ان يغطى كافة الجوانب الاقتصـــادية والاجتماعية والطبيعية للاقليم حتى يمكن تحقيق الأهداف المرسومة سلفا .

ولذلك فان أهميتها القصوى تتبلور فى الاستخدام المتكامل لوظائف التنميــة للوصول الى أعلى مستويات الفعالية . وقد يتمثل ذلك فى اقليم من الاقاليم فى ان تكون السياحة هى مجرد عنصر من عناصر التنمية فى الاقليم فى حين انه بالنســبة لاقليم آخر ــ وبحكم خصائصه الطبيعية أو الحضارية ــ تكون السياحة هى المحور الرئيسى للتنمية .

وفى كل من الحالتين يتعين الا نهمل مجالات التنمية الأخـــرى فى الاقليم من زراعية وصناعية وغيرها مع ضرورة الفصل الطبيعى بين التنمية وبين مختلف هــذه القطاعات واعطاء كل منها نصيبها الذى تستحقه من استثمارات الخطة بصـــورة تتكافأ مع أهميته النسبية لتحقيق التنمية الشاملة للاقليم .

ولعل أهميه التخطيط للتنمية السياحية داخل الاقليم تبدو أكثر وضوحاً فى ضوء العلاقات المتبادلة بين الوظائف الحضرية والريفية وبين السياحة . فالدور الذى تلعبه المدينة فى تنمية السياحة يتوقف على وظائفها الشاملة التى تحـــددها الهياكل الاجتماعية والاقتصادية للاقليم الذى تقع فيــه هــذه المدينة . وفى ذات الوقت فان الموارد السياحية ذات الأهمية الدولية أو القومية أو الاقليمية أو المحلية تولد آثارا متباينة على المجتمعات الانسانية وبوجه خاص المدن . ولذلك فانه يتعين من أجل الوصول الى تخطيط سياحى فعال ان تكون هــذه التأثيرات المتبادلة محل دراسة كافية وفهم ســـليم .

والسؤال الرئيسى من وجهة نظر التخطيط الحضرى هو كيف يمكن ادخـال قطاع السياحة فى الهياكل الاقتصادية والاجتماعية للمركز الحضرى دون التسبب فى انهيار هذه الهياكل أو التأثير فيها سلبيا ، ثم كيف ــ فى ذات الوقت ــ يستفاد من هذا التداخل والتكامل فى تقوية وترسيخ القاعدة الاقتصادية للمركز الحضرى . فالهدف اذن هو ادماج النشاطات مع غيرها من النشاطات الحضرية وليس الفصل

بينهم . ويحتاج الأمر لذلك الى تخطيط تفصيلي لاستخدامات الأرض لا تعتبر فيه المراكز السياحية مجرد وحدات خدمية للتنمية السياحية ولكن يجب ان تدخل السياحة كجزء لا يتجزأ من الحياة فى تلك المراكز الحضرية او المدن . ولذلك فانه يجب تخطيط الوظائف التجارية والصناعية لهذه المراكز الحضرية بصورة نضمن عدم خلق آثار سلبية على البيئة .

وتسرى القواعد السابقة على التنمية الريفية rural development. فى مواجهة قطاع السياحة باستثناء واحد هو ان مشاكل التخطيط ستكون اقل نظرا لقلة عدد وظائف القرية أو المركز الريفى . بل ان التطور الجديد فى مجال السياحة الخضراء فى العشر سنوات الأخيرة يوجب الاعتراف بان المناطق الريفية الخضراء أصبحت هى بذاتها مقوما سياحيا هاما ولذلك اصبح من السهل تخطيط هذه المناطق بصورة تبرز المجال المفتوح للتنمية السياحية دون مشاكل كبيرة .

مبادىء التخطيط الطبيعى للتنمية السياحية :

متى ظهر من الدراسات التحليلية للطلب والعرض ان الاقليم موضوع الدراسة ذو مستقبل سياحي وان الاتجاهات الحالية لحركة السياحة الدولية او الداخلية (أو الاثنين معا) ترجح تنمية هذا الاقليم سياحيا ، فانه يجب الدخول فى مرحلة أخرى من الدراسات وهى مرحلة جرد الموارد السياحية وتقسيمها . وتهدف هذه الدراسات الى اختيار أهم المراكز التى يمكن تركيز الاستثمارات السياحية فيها داخل الاقليم ، وتحديد القدرات الاستيعابية لهذه المراكز أو المواقع سياحيا . ومما يجب التنويه به فى هذا المجال ان عرض الموارد والتسهيلات السياحية تحدده مدى قدرتها على استقبال السائحين وطريقة الوصول اليها لأن ذلك يحدد بالتالى مدى سلامة استخدام هذه الموارد والتسهيلات السياحية فى المستقبل .

ومن الطبيعى ان تختلف القدرة الاستيعابية للموارد أو للمقوم السياحى من واحد الى آخر تبعا لاختلاف الظروف المحلية . ومع ذلك فقد حاول بعض من خبراء السياحة ان يضعوا معدلات لهذه القدرة الاستيعابية للاسترشاد بها ، بل وتبنت بعض الدول السياحية المتقدمة هذه المعدلات . وقد كان القصد من وضع هذه المعدلات حماية الموارد السياحية ومنع تدهورها وكذلك الحفاظ على مستوى جودة التسهيلات والخدمات السياحية (١) . وتعتبر المعدلات الآتية مقبولة سياحيا من بعض خبراء التخطيط السياحى (٢)

---

(١) راجع ما سياتى فى الباب التاسع عشر عن قواعد تخطيط المصايف الساحلية .

(٢) R.T. Crooks فى بحثه عن مشاكل التخطيط الطبيعى المقدم لندوة التخطيط الطبيعى للتنمية السياحية التى انعقدت فى نيودلهى بالهند فى مارس ١٩٧٣ تحت رعاية الابوتو .

٢٥ مترا مربعا لكل فرد من شاطىء الاستحمام فى المصايف المتقدمة .

٤٢٠ فردا لكل فدان من شاطىء الاستحمام فى المصايف المتوسطة .

٤٠ فردا لكل ميل مربع لركوب الخيل .

شخص واحد وقارب واحد لكل فدان من ميـاه البحر او البحيرة للتزحلق على المـاء .

٢٥ فردا لكل ميل مربع من الأرض المقفلة .

٤٠ فردا لكل ميل مربع من ساحل البحر أو شاطىء البحيرة .

وهذه المعدلات يمكن ان تتغير صعودا وهبوطا تبعا لاختلاف الظروف المحلية السائدة . وانما يجب التنبيه الى أن قياس الطلب اليومى يجب أن يتم فى مواسـم الذروة وليس فى مواسـم الركود ، ويجب ان يترك مسـاحات أكثر لاستيعاب الحاجات المتزايدة من الانواع المختلفة من التسهيلات السـياحية ، أى ان تكون المعدلات فى بداية التنمية أكثر ميـلا الى المسـتوى الأعلى بتخصيص مساحات شاطئية أكبر للفرد سواء اكان ذلك على المحيط أو البحر أو البحيرة ، ومن أجـل ضمان ذلك يلجأ المخططون الى خلق بحيرات صناعية قريبة من البحر لكى تزيد الطاقة الاستيعابية للاقليم أو للمركز أو المنتجع السياحى .

وفضلا عما تقدم فانه يجب تخطيط البيئة للتنمية السياحية بصورة تقضى على الرتابه التى قد تكون متوفرة فى الاقليم طبيعيا . فالناس يفضلون المناطق التى تتباين تضاريسها ونباتاتها ومختلف التسهيلات المتاحة فيها . وبهذه المناسـبة فانه يجب وضـع خطط تفصيلية لاستخدامات الأراضى حتى يمكن تزويد الاقليم أو المنطقة بما يحتاجه من تسهيلات وخدمات اضافية تضيف الكثير الى عناصر الجذب السـياحى ولا تخل بالخصائص البيئيـة السائدة ولا بالقيم والتقاليد الشـعبية .

فقرى ومستعمرات الاجازات ومراكز التخييم على الشواطىء وفى الجبال واماكن الترفيه واللاهى والمتاحف والمقاهى والمطاعم وغيرها من مراكز الخـدمات السياحية كمحلات العاديات والسـلع التذكارية ، وحمامات السباحة ، ومراكز اللياقة البدنية ، والمراكز التاريخية والاثرية وتلك التى تمثل التراث المعمـارى والحضارى فى المدن والقرى المختلفة ، ومراكز ممارسـة الرياضات المختلفة من ركوب الخيل والصيد وصيد السـمك ومحطات خـدمة السيارات والجراجات وأماكن وقوف السيارات وغيرها كل ذلك يجب ان يتداخل ويندمج فى الطبيعـة ذاتها بصورة مقبولة للعين .

ويفترض ذلك القيام بعدة مستويات من التخطيط . فالتخطيط الطبيعى للتنمية

الاقليمية يجب أن يكون دائما فى اطار خطة اقليمية لاستخدامات الأرض ، وفى بعض الأحيان يجب أن يتلو مثل هذه الخطط تخطيط تفصيلى لمنطقة التنمية السياحية أو الموقع حتى يمكن تنسيق الترتيبات السياحيه الاضافية مع المرافق الاساسية وضمان عدم تعارضها مع الخصائص القائمة للموقع . ولا شك ان عنصراً هاما من عناصر التخطيط فى هذه الحالة العمل على اظهار الخصائص المحلية بوضوح خاصة اذا كانت هذه الخصائص يمكن ان تكون بذاتها عنصر جذب سياحى . فوجود مثل هذه الخصائص البيئية يعطى مزايا لتنمية السياحية أكثر مما يعطيها انشاء متحف ، وذلك فى حين أن المتحف يمكن انشاؤه فى أى مكان بشكل أو بآخر . والامثلة على ذلك كثيرة فى دول كثيرة مثل الجنة الكبيرة Grand Paradiso فى شمال ايطاليا ، والوادى الكبير G. Canyon فى تنيسى بالولايات المتحدة : ومنطقة شامونى بفرنسا . وعادة ما يتم اعلان مثل هذه المناطق كمنتزه قومى او محمية طبيعية .

فالمحافظة على هذه الخصائص الطبيعية القائمة وفى ذات الوقت تزويد المنطقة بالتسهيلات اللازمة لخلق منتجع سياحى متكامل فيها لايواء السائحين الراغبين فى زيارة المنطقة هو أهم وظيفة للتخطيط الطبيعى .

وفى مجال تخطيط وسائل النقل ، فان أهم ما يعنى هذا التخطيط هو ضمان وجود طرق النقل السريعة والآمنة بين أماكن التصدير السياحى وبين مناطق التنمية السياحية سواء كنا بصدد سياحة دولية أو سياحة داخلية .

وقد يكون من بين الاعتبارات البيئية الهامة انشاء شبكة طرق ثانوية الى جانب شبكة الطرق الرئيسية ليس فقط لتزويد الاقليم بشبكة اضافية من الطرق، ولكن لاضافة بعد جديد لاعطاء السائحين انطباعات جديدة عن الدولة أو الاقليم عن طريق ضمان التعرف على مناطق جديدة خلفية كالريف فى تحركات أقل سرعة من الحركة التى تسود شبكة الطرق الرئيسية . وكثيرا ما تصبح شبكات الطرق الفرعية هذه عناصر جذب سياحى أساسى اذا ما انشئت بصورة تضمن احترام البيئة الطبيعية والحفاظ عليها . وقد يكون من آثار هذه الشبكة الفرعية للطرق تنمية بعض النشاطات الاقتصادية على جوانب هذه الطرق فتؤدى الى انتعاش اقتصادى أكبر للاقليم .

ويجب من ناحية أخرى فى تصميم التنمية السياحية لمنطقة ما المحافظة على التناسب بين الانسان والطبيعة والمنشآت وضمان حرية حركته بشكل يجعل الناس يشعرون بأنهم يشاركون البيئة الحياة وليسوا خاضعين لها . فالصعوبة فى تصميم المنشآت والتسهيلات السياحية فى منطقة ما هى كيف يتجانس التعبير المعمارى مع طبيعة الموقع وما فيه من آثار تاريخية أو حضارية وما يسوده من تضاريس ومناخ ومسافة تفصله عن محور التنمية السياحية الرئيسى كبحر أو بحيرة أو نهر أو غير ذلك . وفضلا عن ذلك فان الخطط الاقليمية يجب تنفيذها بحذر لضمان عدم التصادم بين محاور التنمية الأخرى كالصناعة والاسكان وعبر ذلك وبين البيئة السياحية لا فى الحال ولا فى الاستقبال .

الباب الثامن عشر

التخطيط السياحي الأقليمي

ذهب بعض الخبراء الى تعريف الاقليم region بأنه منطقة جغرافية لها شكل متميز وخصائص مستقلة بالنسبة الى مشكلة او موقف معين وتزيد فى الحجم عن مجتمع واحد أو سلطة حكومية (١) . ونرى استكمال هذا التعريف من الناحية السياحية بضرورة تميزه بتوفر مورد سياحى أو اكثر ، طبيعى أو حضارى تصلح كعناصر لتدفق سياحى عليه . وتركز الخطه الاقليمية عادة على تلبية احتياجات الاقليم عن طريق تحديد الأهداف القومية ، وتنسيق العمل فى المستويات الحكومية المختلفة ، وترجمة ذلك الى أوضاع مساحية وحركية مخططة لتحقيق التنمية مع قياس آثار كل ذلك على الاقليم عند تنفيذ الخطة .

وفى معظم الاحيان لا يشترط أن تنصب الخطة الاقليمية على منطقة محددة ذات استقلال ادارى معين بل يمكن أن يشتمل الاقليم على عدة وحدات ادارية أو أن يكون جزءا من وحدة ادارية واحدة . بل أن خطة التنمية الاقليمية يجب أن توضع دون ما اعتبار للحدود السياسية أو الادارية بين الاقاليم لانه قد يدعو الأمر الى اعادة رسم هذه الحدود كنتيجة للتخطيط الاقليمى سواء تعلق ذلك باقليم موحد uniform أو اقليم متعرج لتعدد المراكز العمرانية Modal region أو اقليم حضرى كبير Metropolitan .

وعادة ما تنقسم الدولة الى عدد من الاقاليم التخطيطية بناء على توفر خصائص اجتماعية واقتصادية وثقافية وفيزيوجرافية معينة كما تم فى مصر اذ قسمت الى ثمانية اقاليم تخطيطية رئيسية . وهذه الاقاليم الرئيسية يمكن بعد ذلك تقسمها الى أقاليم فرعية subregions عمرانية تتبع فى عددها المراكز العمرانية المتعددة وهو ما يساعد على زيادة فعالية التخطيط ويزيد من فوائد التنسيق بين المجهودات وقد يوفر بعض تكاليف جمع المعلومات اذا ما كان من الممكن اشتراك أكثر من اقليم فى ذلك .

---

(١) انظر هذا التعريف فى مؤلف آلان جوبنفيل ـ تخطيط الترويج الخارجى طبعة ١٩٧٦ ص ١٢٧ وما بعدها .

وظائف الخطة الاقليمية :

المفروض أن تؤدى الخطة الاقليمية اربع وظائف :

١ ـ **استشارية** لانها تضع اطارا للاهداف أكثر منه برنامجا للعمليات .

٢ ـ **تنسيقية** لانها تعمل على ترشيد وتكامل بعض الحلول البديلة عن طريق ايجاد قنوات الاتصال بين مختلف الأجهزة مع وصف الدور الذى يقوم به كل جهاز من هذه الأجهزة .

٣ ـ **تحديدية** اذ انها تحدد خط سير العمل عن طريق توضيح العقبات والمحددات واعتماد سياسات محددة للقضاء على هذه العقبات أو تخفيف حدتها .

٤ ـ **تنموية** باعتبارها السبيل لتشخيص طرق وأساليبالتنمية وتحديد المواقع والتعريف بمسئوليات الأجهزة عن أهم مراكز التنمية بما يتضمنه ذلك من طرق الربط بينها .

الاتجاه التخطيطى متعدد الجوانب Multi-disciplinary approach

ويجب ان يسود التخطيط السياحى الاقليمى اتجاه علمى متعدد الجوانب لامكان الاحاطة بكل موجبات التخطيط . ففريق التخطيط يجب ان يشمل بقدر الامكان الاقتصادى والمعمارى ومهندس المرافق ومهندس الطرق والخبير الزراعى وخبير تخطيط الترويح وخبير الاجتماع وخبير علم النفس وخبير الجغرافيا وخبير التسويق السياحى . وعادة يتولى خبير التخطيط السياحى قيادة الفريق بشرط ان يكون من واقع خبراته العلمية والعملية متعدد المواهب والجوانب العلمية . وقد يزيد افراد فريق التخطيط او ينقص حسب الاحوال وحسب حجم الخطة الاقليمية المطلوبة ومدى اتساع الأعمال التخطيطية وتنوعها . واخيرا يتوقف هيكل الخطة ونسيجها على الاهداف الموضوعة والمشكلات الفنية التى تواجهها والتكلفة .

اهداف التخطيط السياحى الاقليمى :

واذا كان التخطيط السياحى الاقليمى يبتغى بوجه عام رفع مستوى المعيشة ونوعية الحياة فى الاقليم محل التخطيط عن طريق التنمية السياحية التى تساعد على تنشيط الدورة الاقتصادية وانشاء وتحديث وتطوير الصناعات المغذية والمساعدة لصناعة السياحة وبالتالى تعظيم العائد الاقتصادى الاقليمى والعائدات المالية للمشروعات السياحية المختلفة ، فان الأهداف المحددة للتخطيط السياحى الاقليمى يجب أن تكون كما يلى :

١ ـ رفع مستوى المعيشة للمواطنين وزيادة فرص الراحة المعيشية .

٢ – ارتفاع معدل الفعالية فى التنمية الطبيعية واستخدامات الاراضى والكثافة السكانية .

٣ – استحداث او تقوية روح الشخصية الاقليمية بوضع معدلات جمالية وطرز معمارية تتلاءم مع طبيعة الاقليم والتقاليد السائدة فيه وتعالج تنمية المواقع الطبيعية بروح التوافق والاتزان فى التخيل المستقبلى .

٤ – المرونة فى التراكيب الحضارية والاوضاع الكثافية السكانية بحيث تسمح للمواقع السكانية بالنمو وبالتغيير دون خروج عن المألوف .

٥ – تحقيق التنمية بأقل ضرر ممكن للبيئة الطبيعية والحياة الحيوانية البرية والبحرية والغطاء النباتى .

٦ – الاستخدام الامثل للموارد .

٧ – المشاركة الشعبية .

العوامل المحددة لمواقع المنتجات السياحية :

تخضع المنتجات السياحية لعدة عوامل تحدد مواقعها فى اطار التخطيط الاقليمى . ويمكن التمييز بين المواقع الاتية :

١ – مواقع الغرض الواحد :

وهى مواقع محددة بحدود جغرافية لاتصالها بظاهرة طبيعية معينة كشلالات أو واد أو جبل أو باثر تاريخى معين . والامثلة على هذا النوع كثيرة منها شلالات نياجرابين الولايات المتحدة وكندا ، وشلالات أجوا سوبالبرازيل ، واهرام الجيزة فى مصر .

٢ – مواقع الاغراض المتعددة :

وهى المواقع التى يمكن تحديدها داخل الاقليم المتميز بخصائص معينة مثل شواطىء فلوريدا ، والرفييرا الفرنسية ، والليجوريا الايطالية بالنسبة الى القنلندية ، والواحات المصرية ، وجبال الالب السويسرية والايطالية بالنسبة الى رياضات الشتاء ، ومنطقة الغابة السوداء بالمانيا الغربية ... الخ .

٣ – مواقع جميع الاغراض :

وهى المواقع الموجودة باقليم لا تميزه خصائص معينة مثل مناطق الاجازات الخضراء فى فرنسا ، ومناطق الترويح الخارجى فى الولايات المتحدة ، ومنطقة الغابات فى وسط انجلترا ... الخ .

اولا ـ المنتجعات الجبلية الصيفية :

وهذه تعتبر من أقدم المنتجعات السياحية فى أوروبا . ففى القرن الثامن عشر كان اكتشاف الجبال كأماكن للانتجاع وقضاء الاجازات واحدا من العوامل الأساسية لانتشار ظاهرة سياحة الأغنياء فى ذلك الوقت . وقد كان المسافرون فى تلك الفترة الزمنية يهتمون بالظواهر الطبيعية مثل الكهوف والكسور والتنبوءات الجبلية والصخور غريبة التركيب والالوان ... الخ ، دون ان يتوغلوا كثيرا فى الجبال حتى بدأ مد شبكات الطرق ووسائل الانتقال داخل الجبال فى اواخر القرن الثامن عشر ، وحينئذ بدأ انتشار المراكز السياحية الجبلية والتى كانت من مواقع الغرض الواحد مثل ميردى جلاس بالقرب من شامونى بفرنسا ، ومثل كهوف جريتد لوالد فى سويسرا التى جذبت اوائل السائحين الانجليز فى القرن الثامن عشر . ثم أصبحت هذه المراكز او المنتجعات السياحية متعددة الاغراض فى القرن التاسع عشر حين بدأ استخدام هذه المراكز للسياحة العلاجية الى جانب الاستجمام وتغيير الهواء ونمط الحياة المعتادة (مثل منتجع جريزون فى سويسرا وكورتينيا دامبتسو فى ايطاليا) ثم ظهرت بعد ذلك اهتمامات تسلق الجبال mountaineering التى دعت فى بعض الاحيان الى انشاء مواقع الغرض الواحد خارج اوربا وبوجه خاص فى جبال الهيمالايا وانديز .

ومع اختلاف المواقع الجبلية سواء اكانت مواقع جانبية تنشأ على جوانب الجبال peripheral أو مواقع شريطية linear تنشأ حول طرق المواصلات او مواقع مستعرضة transverse فى الوديان او مواقع نهائية terminal ، فان نشوءها كان تدريجيا وتبعا للتطور الحادث فى السياحة الدولية وطبقا لشروط وقواعد معينة أهمها ما يلى :

١ ـ **ظروف مناخية** وأهمها فى هذه الحالة كميات الثلج المتساقط وأوضاع الموقع الجبلى فى شهور السنة المختلفة والتى تسمح بفتح الموقع فى وقت مبكر . ويعتمد ذلك الى حد كبير على مدى الارتفاع فضلا عن مدى سطوع الشمس خلال شهور الشتاء . ويفرق بعض الخبراء بين المناخ الالبى alpine ، والمناخ المحيطى oceanic كمناخ المواقع الجبلية فى النرويج والبرتغال ، ومناخ البحر الأبيض Mediterranean

٢ ـ **الطبوغرافيا** وتقتضى توفر عدد كبير من المنحدرات المختلفة slapes لممارسة التزحلق على الجليد . اما موقع المنتجع السياحى ذاته فيجب ان يكون مستويا بقدر الامكان . وتنقسم المنتجعات السياحية الجبلية من حيث الطبوغرافيا الى : ـ

(أ) منتجعات الوديان valley resorts

(ب) منتجعات المنافذ الجبلية pass resorts

(جـ) منتجات المساحات المفتوحة الجنوبية ledge resorts

(د) منتجعات المسطحات العليا high terrace resorts

٣ ــ عوامل اقتصادية وهذه مختلفة اهمها :

(أ) التكلفة والصعوبات الفنية لتزويد الموقع بوسائل النقل .

(ب) تكلفة الارض اللازمة لوضع مختلف المعدات والمبانى .

(جـ) تكلفة العمالة المدربة .

(د) تكاليف التشغيل والادارة .

ثانيا ــ المنتجعات الشاطئية :

كانت المنتجعات الشاطئية من أوائل المنتجعات السياحية التى نشأت لممارسة السياحة وحمامات الشمس والاستجمام وممارسة رياضات الشراع واليخوت. وكان الشريط الساحلى الضيق المتاخم للشاطىء هو اول المساحات الجغرافية التى تم تنميتها حضريا فى اوربا حيث نشأت أوليات المنتجعات الشاطئيـــة بجوار الاقاليم الصناعية التى توجد بها طبقة الاثرياء الذين بدأوا عادة قضاء الاجازات السنوية على الشواطىء . ثم ظهرت هذه المنتجعات بعد ذلك فى الولايات المتحدة (كاليفورنيا وجزيرة كونى بجوار نيويورك ثم فلوريدا) وفى حوض البحر الابيض (الجزائر ومصر ولبنان) وبجوار المدن الكبرى فى أمريكا اللاتينية . أما فى افريقيا وآسيا وشواطىء المحيط الباسفيكى فقد ظلت شواطىء ممتدة لمئات الكيلومترات دون تنمية سياحية لفترة طويلة .

ثم تطورت هذه المنتجعات الشاطئية منذ حوالى مائة عام لتصبح مراكز للسياحة النشطة التى تشمل الى جانب الحمامات البحرية والشمسية ممارسة الرياضات المائيـــة acqustic مثل الانزلاق على المـاء وركوب الألواح (السيرف) والغطس والطيران المائى وصيد السمك الى جانب نشاطات العلاج المائى marine cure الذى بدأت مؤسساته تنتشر فى أوربا وأمريكا منذ خمسة عشر عاما. وفى حوض البحر الابيض بوجه خاص انتشرت أنواع مختلفة من المنتجعات الشاطئية مثل **الشــواطىء الهلالية** crescent shaped المحددة بمنحدرات جبلية منحنية جنوبا ومغطاة بغطاء نباتى ــ **والشواطىء ذات الجيوب** coastline coves التى تضفى جمالا على الشاطىء والأرض الخلفية ــ **وشواطىء الليدو** وهى التى تعتمد على انشاء بار ومطعم بحرى يبعد عن الشاطىء قليلا ويزود بخدمات وتسهيلات مختلفة لممارســة النشاطات والرياضيات المائية . ولعل خير مثل لهذا النوع ليدو فينسيا بايطاليا .

ويستحيل التخطيط السياحى الاقليمى فى واقعه الى تخطيط للمناطق التى يتكون منها الاقليم ، ولذلك فاننا نتعرض فيما يلى لخطوات تخطيط المناطق :

١ ـ التنبؤ بالطلب السياحى المستقبل بما يقوم عليه من دوافع السائحين والنشاطات التى يفضلون القيام بها ، ومستويات الاستخدام ، والخدمات المطلوبة ، ويجب على المخطط ترجمة دراسات الطلب الاقليمى فى اتصالها بالظروف المحلية السائدة .

٢ ـ تحويل الطلب الى احتياجات مساحات الارض المناسبة للنشاطات السياحية المتنبأ بها . وليس من الضرورى الالتزام بمعدلات جامدة بقدر ما يلزم من اتباع قواعد ارشادية للمساحة التى تخصص للسائح بما يتناسب مع نوعيته ومستواه وبالتالى مستوى الخدمات والتسهيلات السياحية المزمع اقامتها ، وخصائص الموارد السياحية المتاحة وتصور المخطط بالنسبة لحجم الطلب (عدد الزائرين المتوقع) مع ضرورة ضمان الجوانب الجمالية والخصوصية فى غير أبعاد للاختلاط بين الناس .

٣ ـ جرد المواقع المتاحة والتسهيلات والاستخدامات الترويحية والسياحية القائمة مع تصور لامكانيات تطويرها فى المستقبل على ضوء احتياجات الطلب دون تمييز بين المواقع والتسهيلات التى خططت وتلك التى انشئت تلقائيا دون تخطيط . على أنه بالنسبة لهذه الاخيرة فيجب أن يشمل التخطيط كيفية استخدامها استخداما أمثل بصورة تتواءم مع التخطيط الموضوع للمنطقة ككل .

فاذا كانت المنطقة بكرا تماما ولم يحدث بها تنمية سابقة كان من اللازم جرد الموارد السياحية الطبيعية و الحضارية ـ ان وجدت ـ وتصنيف الموارد تبعا لقدرتها على استيعاب الانماط المتباينة من السياحة .

٤ ـ عقد المقارنة بين الطلب المتنبأ به والعرض المتوفر ، بقصد الوصول الى عقد التوازن بينهما . وكل عجز أو نقص فى العرض عن الطلب يمثل حدود اتجاهات التنمية المطلوب تخطيطها . فاذا زاد العرض عن الطلب كان معنى ذلك عدم الحاجة الى تنمية سياحية فى المنطقة خلال فترة زمنية معينة يكشف عنها التنبؤ بالطلب .

٥ ـ تخصيص المساحات الارضية المناسبة للمواقع والتسهيلات التى تم تحديدها وفقا للدراسات الجغرافية والمناخية والطبوغرافية والتسويقية والاقتصادية والسلوكية .

محتويات الخطة الاقليمية :

يجب أن يتضمن التخطيط الاقليمي أو تخطيط المناطق ما يلي :

١ ــ وصف المنطقة :

(أ) الخصائص الاجتماعية متضمنة القاعدة السكانية والقاعدة الاقتصادية والظروف الاجتماعية والثقافية وسائر العوامل المؤثرة في طريقة الحياة .

(ب) التنمية الطبيعية متضمنة التنمية السياحية والترويحية والانشاءات الأخرى وطرق المواصلات وغير ذلك .

(جـ) التنمية الطبيعية متضمنة التنمية السياحية والترويحية والانشاءات الأخرى وطرق المواصلات وغير ذلك .

٢ ــ وضع الاهداف العامة لتخطيط المنطقة :

وتعكس هذه الاهداف الاحتياجات الترويحية والسياحية للسكان المحليين ولسائر مواطني الدولة وغيرهم من السائحين المحتملين ، ومدى استعداد الموارد القائمة لاشباع تلك الاحتياجات . ويجب ان تكون هذه الاهداف عامة بحيث تسمح بشمول فرص مختلفة للتنمية السياحية .

٣ ــ خطة التنمية تتضمن :

(أ) خريطة المنطقة موضحا عليها أنواع المواقع واماكنها .

(ب) وصف المواقع بدقة وتفصيل .

(جـ) وصف شبكة الاتصالات بما فيها من طرق برية وبحرية وطرق نقل .

(د) رسم بياني توضيحي للعلاقات بين مختلف المواقع المصطلح على تسميتها للعلاقات الوظيفية .

(هـ) جدول أولويات التنمية .

(و) برنامج الحصول على الأرض اللازمة للتنمية المخططة وحماية بعض استخدامات الأراضي .

(ل) اعادة تقييم الخطة على فترات لتحديد المتغيرات الاجتماعية والحضارية والبيئية وعمل التصحيحات اللازمة في استراتيجيات التنمية لامكان مواكبة المشاكل المالية والبشرية .

٤ ــ تبريرات الأعمال التخطيطية :

(أ) دراسات الطالب ــ يجب تفسير دراسات الطلب الاقليمي في اتصالها باحتياجات المنطقة .

(ب) قياس درجة المساهمة السكانية والرسمية فى المنطقة .

(جـ) ملاحظة ورصد السلوكيات على الواقع .

(د) تحديد الأوضاع السلوكية المتوقعة .

(هـ) اعتبارات الادارة كما يؤثر عليها التخطيط .

(و) التنسيق مع الخطط الاقليمية الأخرى .

٥ ـ محـــددات الخطـــة :

(أ) المعلومات الاجتماعية والاقتصادية الأخرى المطلوبة .

(ب) الحدود الطبيعية والايكولوجية لقاعدة الموارد المتاحة .

(جـ) الاساليب المتاحة للتغلب على المحددات أو التخفيف من حدتها .

٦ ـ ســلطة التخطيط :

(أ) التشريعات المؤثرة على عملية التخطيط بأنواعها المختلفة .

(ب) السياسات الادارية للاجهزة المختلفة التى لها اتصال بالتخطيط .

(جـ) الصـــحة العـــامة .

□ □ □

الباب التاسع عشر

تخطيط المراكز أو المنتجعات السياحية

تعريف :

يمكن تعريف المركز أو المنتجع السياحي بأنه وحدة جغرافية محددة أو مساحة أرضية معينة تتجمع فيها مرغبات وعناصر جذب سياحية طبيعية أو حضارية ، وقد يسودها مرغب سياحي واحد ، وتتوفر فيها خدمات متعددة من مرافق أساسية وانشاءات وخدمات ترفيهية ورياضية تستند اليها تنمية مستقرة . وتتميز هذه بأن الدخل السياحي المباشر وغير المباشر فيها يلعب دورا حيويا في اقتصادياتها بحيث يعتبر دعامة لوجودها وتطورها .

وقد يكون المرغب الطبيعي الرئيسي هو المحيط أو البحر أو بحيرة كبيرة أو نهر كبير أو جبل أو عين مياه معدنية أو كبريتية او منظر طبيعي فريد او منشأ حديث ضخم كسد هوفر في الولايات المتحدة والسد العالي في مصر أو مركز تاريخي او أثري .. الخ (١) .

ومن أمثلة ذلك منطقة البحيرات في شمال انجلترا اذ تعتبر مركزا سياحيا قائما على الجمال الطبيعي لعدة بحيرات وتلال ، وتوريمولينوس بجنوب اسبانيا مركز سياحي قائم على المناخ المعتدل صيفا والدفء في الشتاء ومتاخمته للبحر ويتميز بوجود انشاءات سياحية ضخمة ومتعددة المستويات وفينسيا بايطاليا مركز سياحي يقوم على خصيصة فريدة وهي بناء منازلها على البحر الذي يتغلغل المدينة ويجعل معظم شوارعها مياها تربط بين مناطقها الجندولات فضلا عن تميزها بالطابع المعماري الفريد للقرنين الثالث والرابع عشر ، ومنطقة افيمور باسكتلنده هي مركز سياحي يقوم على توفر جبال مغطاة بالثلوج تسمح بالتزحلق شتاء (نصف العام تقريبا) ووديان تسمح بالصيد فضلا عن ملاعب الجولف المتميزة غير بعيد عنها ، وغير ذلك .

ومن المنطقي ان البنية الفوقية والخدمات يجب ان تندمج في اطار متجانس مع الطبيعة أو المرغب السياحي الرئيسي ولذلك فانه في تصميم الانشاءات ومراكز الخدمات يجب الابتعاد بقدر الامكان عن الأبنية العالية المتعددة الطبقات حتى لاتفسد الجمال الطبيعي أو الحضاري للمنطقة .

---

(١) ولذلك يمكن تقسيم المراكز السياحية أو المنتجعات السياحية الى منتجعات شاطئية ومنتجعات جبلية ومنتجعات استشفائية ومنتجعات الترفيه والرياضة .

الفصل الأول

مراحل تخطيط المراكز السياحية

اولا ـ تحليل تفصيلى لعناصر السكنى Habitat

١ ـ النعريف الكامل بالحدود الجغرافية والتقسيمات السياسية والادارية .

٢ ـ تحليل الطبوغرافيا ومكونات التربة والجيولوجيا الأرضية وتحديد ما عسى أن يوجد من محددات طبيعية كالقابلية للزلازل ، والمستنقعات وامكانية حدوث سيول .. الخ .

٣ ـ تحليل الموارد المائية بما فى ذلك المياه الجوفية ومدى ملاءمتها للشرب والمدة التى يمكن ان تخدم الاستهلاك فيها .

٤ ـ المناخ متضمنا الرطوبة والضغط الجوى وساعات أشراق الشمس خلال السنة وأى محددات أخرى كهبوب الرياح (النوات) والعواصف الرملية وغيرها .

٥ ـ تحليل الحياة الحيوانية والنباتية والحشرات مع تحديد أية تهديدات من الحشرات الناقلة للامراض كالذباب والبعوض ، والزواحف فى الارض ، والأسماك المفترسة كالقرش والباراكودا وقناديل البحر السامة وغير ذلك فى البحر .

٦ ـ تحليل امكانات الاستحمام بالنسبة للمراكز الشاطئية بما فى ذلك حركات المد والجزر فى البحر وارتفاع الامواج ومدى تدرج الشاطىء نحو المياه العميقة ، والرمال المتحركة ان وجدت ، ومدى تلوث الشاطىء ومياه البحر ، ومدى نحر الشاطىء ، ومدى تعدد النوات على مدار السنة ومواسمها .

ثانيا ـ تحليل ملكيات الارض Land ownership

ويتضمن ذلك التعرف بصورة تفصيلية على نوع ملكية الأرض وهل هى مملوكة للدولة أو مملوكة للهيئات والافراد ملكية خاصة وما مصدر الملكية فى هذه الحالة وهل هو الميراث أو الشراء أو التقادم المكسب (وضع اليد) وهل الملكية فى هذه الحالة تامة أو تقتصر على حق الانتفاع لمدة معينة .. الخ .

ثالثا ـ المجالات التنظيمية Regulatory Aspects

يجب اصدار التشريعات أو القرارات اللازمة حسب الاحوال قبل البدء فى التنمية السياحية بوجه عام لتغطية المجالات التالية :

١ ـ مدى ملاءمة الانشاءات للبيئة ، مثل استخدام اساليب البناء التقليدية أو سابقة التجهيز ومواد البناء المتوفرة محليا .

٢ ــ زرع الأشجار والنباتات والزهور فى مناطق معينة بكميات معينة بما يتناسب مع تكلفة المشروع ومساحة الارض ، وما يلزم اتخاذه من اجراءات لضمان العناية بهذه النباتات والاشجار مستقبلا .

٣ ــ اجراءات الترميم اللازمة للابنية القديمة والمحافظة على التراث الحضارى ان كان لذلك محل .

٤ ــ تنظيم الصيد والمحافظة على الحياة الحيوانية البرية والبحرية .

٥ ــ الاجراءات اللازمة للتحكم فى الضوضاء والمحافظة على نظافة المركز السياحى وضمان حسن السلوك العام .

٦ ــ تحديد الاسعار وضمان المستوى اللائق لخدمات الاقامة السياحية والاغذية والمشروبات وكفالة مستوى عال للنظافة .

٧ ــ ما يلزم نحو تنظيم اعمال الصيانة والتجديد والاحلال لانشاءات ومعدات وتجهيزات المركز السياحى ، وتحديد الحقوق والواجبات المتبادلة بين ادارة المركز السياحى والمستفيدين من تسهيلاته وخدماته بكل التفاصيل الممكنة حتى بالنسبة لحق مالكى الوحدات فى دهان وحداتهم من الخارج أو تعلية البناء .. الخ .

رابعا ــ متطلبات التقسيم Zoning requirements

يجب ان تبين خطة استخدامات الارض ما يلى :

١ ــ طرق الاتصال بين اجزاء المركز السياحى بالطرق المختلفة الاتساع والوظيفة وطريقة سير حركة المرور بداخله .

٢ ــ المناطق المحتجزة للفنادق والشقق والفيلات المخصصة للعائلات .

٣ ــ المناطق المحددة للنشاطات الترفيهية كالسباحة وركوب الخيل والتنس والجولف ومدينة ملاهى الأطفال وغير ذلك .

٤ ــ المناطق المحددة للخدمات العامة كمحطة الكهرباء والصرف الصحى ومستودعات الوقود وخزانات المياه الارضيه والعالية وغير ذلك .

٥ ــ المناطق المخصصة للاماكن العامة مثل مبانى إدارة المركز السياحى والمسجد والمكتبة والمسرح والمناطق الخضراء .

٦ ــ تنظيم الكثافات البنائية والسكانية ، ومنع اجراء تعديلات فى المبانى بالمخالفة لهذه الكثافات كتحويل الفيلات الى عمارات .

٧ ــ تزويد كل المناطق التى يتكون منها المركز أو المنتجع السياحى بالمرافق العامة والخدمات المختلفة .

خامسا ـ متطلبات الاقامة Accomodation requirements

ان المزيج بين محال الاقامة المختلفة التى يجب توفرها فى المركز أو المنتجع السياحى يجب تقريره فى ضوء الطلب كما تفصح عنه دراسات السوق .

— كم شخصا نتوقع وجودهم فى المركز السياحى ؟ وكم يدفع كل منهم فى اليوم ؟

— ما هى نسبة السياحة الدولية الى السياحة الداخلية ؟

— ما هو تقسيم هؤلاء بين السائحين الأفراد وسائحى المجموعات ؟

— ما هو متوسط مدة الاقامة بالنسبة لكل من نوعى السياحة ؟

— ما هى نسبة كل من يريد منهم :

- فنادق كاملة الخدمات وما هو المستوى المطلوب (٥ نجوم أو ٤ نجوم الخ) .
- شقق فندقية .
- شقق مفروشة وشقق عادية .
- بنسيونات عائلية .
- كبائن وشاليهات .
- فيلات .

— ما هو التصميم الاكثر ملاءمة لاتجاهات الطلب ولا يتصادم مع البيئة ؟

— ما هى اقتصاديات كل مكون من مكونات المشروع ؟

— كم عدد مالكى الفيلات والشقق وكم عدد الاشخاص فى كل عائلة ؟

سادسا ـ الخدمات الاخرى فى المركز السياحى Other services

ويسير جنبا الى جنب مع تنمية عناصر الاقامة فى المركز السياحى خدمات أخرى ضرورية لاستقرار الحياة فيه وهى :

— المطاعم .

— الملاهى .

— المقاهى .

— محلات تجارية مختلفة .

— بنك .

— شركة سياحة وطيران .

— نقطة شرطة .

— محل حلاقة للرجال وكوافير للسيدات .

— محلات لبيع ادوات الشاطىء .

— مسرح وسينما .

— نشاطات قضاء اوقات الفراغ .

— مطافى .

— مدرسة ان كانت هناك اقامة كاملة طوال العام .

سابعا ـ متطلبات العمالة Labour requirements

يمكن احتساب حجم العمالة المطلوبة للمركز السياحى من الرجال والسيدات كنتيجة لدراسة الطلب السياحى واماكن الاقامة التى يتعين تشييدها والخدمات المساعدة المتوقعة وكافة النشاطات السياحية الاخرى التى يجب تنميتها فى المركز السياحى .

وتقدير العمالة اللازمة يؤدى بالتالى الى ضرورة تقدير عدد الوحدات اللازمة لأقامتهم والمسافات التى تفصل بينها وبين المركز السياحى ومختلف الخدمات الواجب توفرها لهم .

ويجب ان تسير اجراءات الاختيار للعاملين اللازمين جنبا الى جنب مع التدريب المهنى لتوفير الاعداد المطلوبة من المهن الاتية على سبيل المثال لا الحصر :

للفنادق

- مدير الفنادق
- رؤساء اقسام وموظفون
  - مكاتب امامية
  - اغذية ومشروبات
  - الاشراف الداخلى
  - المخازن والمشتريات
  - البيع
  - المطابخ والمطاعم
- محاسبون
- سكرتيريون
- مترجمون
- موظفو امن

للنشاطات الأخرى بالمركز السياحى

- مدير عام المركز السياحى وموظفو الادارة .
- مدير أمن المركز والعاملون معه .
- مراقبو الالعاب والنشاطات الترفيهية والرياضية .
- مراقبو وعمال الحدائق .
- رئيس وعمال الصيانة .
- مدربون .
- مديرو وموظفو المحال التجارية المختلفة .
- مهندسون وعمال صيانة بمختلف تخصصاتهم .

ثامنا ـ تحليل التكلفة والربح Cost-benefit analysis

يجب اجراء دراسة لتحليل التكلفة والربح بالنسبة لكافة مكونات المركز أو المنتجع السياحى .

الدخـل	التكلفة الراسمالية	تكاليف التشغيل :
الحكومة :	ــ الاعـــــانات	ــ فـــوائد القــروض
الضرائب	المنح الحكومية	الخارجية والداخلية
القطاع الخاص :	ــ المرافق الأساسية	ــ مصاريف التشــغيل
كافة ايرادات	ــ الاســـــتثمارات فى	
مكونات المشروع بمايتفق	البنيـــة الفــوقية	
مع طــريقة التنميـــة	بمختلف مكوناتها	
والتشـــغيل		

ويمكن استخدام طريقة التدفق النقدى المخصوم وشـبكات القرارات لتقييم مختلف البدائل .

تاسـعا ــ التمـويل Financing or Funding

ان التمويل اللازم لانشاء المركز السياحى يمكن ان يكون عن طريق رأس المــال المكتتب فيه بالاضافة الى قروض باحدى الطرق الآتية أو أكثر حسب الاحوال :

ــ البنك الدولى اذا كان المشروع يقوم به احد الاشخاص الاعتبارية العامة .

ــ البنوك الدولية الاقليمية كبنك التنمية الافريقى .

ــ قروض التصدير من الدول الصناعية الكبرى .

ــ قروض من برنامج المعونة الامريكية أو برامج المعونة لدول اخرى .

ــ قروض من البنوك المحلية .

ويمكن الاستعانة بطرق أخرى للمساعدة فى الدراســات اللازمة للمشروع عن طريق برنامج التنمية للأمم المتحدة ومنظمة السـياحة العالمية واللجنة الاقتصادية الافريقية وغيرها .

□□□

الفصل الثانى

الاتجاهات التخطيطية فى استخدامات اراضى المراكز السياحية الشاطئية

تختلف اتجاهات التخطيط الطبيعى للمراكز السياحية الشاطئية بحسب اختلاف المواقع المراد تخطيطها من حيث طبوغرافية الارض وامتدادات واجهاتها البحرية ووجود او عدم وجود بحيرات داخلية قريبة من البحر ، والعمق الداخلى للارض ، ووجود أو عدم وجود مجتمعات سكانية فوق تلك المواقع .. الى غير ذلك من عوامل طبيعية وبشرية وغيرها . ولا شك ان المساحات الارضية الصالحة لانشاء مراكز أو منتجعات سياحية يجب ان تتميز بخصائص أخرى معينة منها المناخ المعتدل ، ونظافة مياه البحر وعدم تلوثها ، واتساع عمق الشاطىء الرملى ، وقربها من شبكات الطرق وخدمات المرافق الاساسية ، وبعدها عن المراكز الصناعية الضخمة او حقول البترول او المفاعلات النووية .. الخ .

غير ان هناك ثلاثة اتجاهات رئيسية لتخطيط استخدامات الأرض فى المراكز السياحية الشاطئية وهى :

(أ) الاتجاه الشريطى .

(ب) الاتجاه الشبكى .

(جـ) الاتجاه المتمركز .

ونتكلم عن كل من هذه الاتجاهات فيما يلى :

اولا ـ الاتجاه الشريطى Linear Approach

ويعنى ان ينصب تخطيط التنمية السياحية على الشريط الساحلى الذى يمتد موازيا للبحر بحيث تمتد الوحدات السياحية على واجهة بحرية عريضة مع امتدادات بسيطة للعمق الداخلى متضمنة مناطق مفتوحة للنشاطات الترفيهية بحيث تشكل الوحدات السياحية نماذج متكررة على طول الشاطىء . وتقع المراكز التجارية والخدمية المختلفة عادة الى الداخل من المنطقة الرئيسية للتنمية . ويراعى فى مثل هذا الاتجاه التخطيطى الطبيعى انه رغم تكرار نماذج الوحدات السياحية على طول الشاطىء فانه يجب الا تشوب الرتابة والتطابق هذا التكرار بل يجب أن يختلف التصميم المعمارى لمنشآت الوحدات السياحية بشكل جذاب مريح للعين .

ومزايا هذا النوع من التخطيط الطبيعى ما يلى :

١ ـ تخفيف مشاكل التنمية القانونية والعملية واستخدامات الاراضى الى الحد الادنى .

٢ ـ ضمان التجانس بين وحدات التنمية السياحية والأرض .

٣ ـ سهولة التنفيذ .

أما مثالب هذا النوع من التخطيط فهي كثيرة منها :

١ ـ التكاليف المرتفعة للمرافق الاساسية .

٢ ـ الاعتماد الزائد على وسائل المواصلات الخاصة وما يترتب على ذلك من ازدحام وتلوث وكذلك تكلفة زائدة للمواصلات العامة .

٣ ـ صعوبة الوصول من وحدات الاقامة السياحية الى مراكز الخدمات التجارية والادارية لبعد المسافات .

٤ ـ عدم المرونة فيما يتعلق بقابلية المراكز للنمو فى المستقبل تبعا لزيادة الطلب .

٥ ـ استغلال الموارد الطبيعية الرئيسية للمركز السياحى بواسطة عدد صغير من السائحين واستبعاد قطاعات كبيرة من السياحة الداخلية والخارجية .

٦ ـ تخلف التأثير الايجابى على اقتصاديات الارض الخلفية للشريط الساحلى محل التنمية .

ثانيا ـ الاتجاه الشبكى Web or Met Approach

وهو شكل من اشكال التنمية يتبلور فى شبكة من المناطق الحضرية التى تربط بين الشريط الساحلى السياحى وبين المستوطنات السياحية المختلفة ومراكز الخدمات التجارية والادارية بحيث تسمح بالحفاظ على مناطق مفتوحة على الشاطىء وبالداخل تستغل كمناطق خضراء تزيد من جمال وقيمة المركز فضلاً عن اشتمالها على كثير من النشاطات الترفيهية .

وهذا الشكل العنكبوتى للتنمية يسير تبعا لخط سير الشبكة الرئيسية للمرافق الاساسية وبالتالى يوفر من تكلفة هذه المرافق . وبهذا تتصف التنمية بالمرونة وامكانية التكيف تبعا للتغيرات المستقبلية فى الطلب السياحى وتبعا للتغيرات التكنولوجية الطارئة على المرافق الاساسية . وفضلا عن ذلك فان هذا النوع من التخطيط الطبيعى يسمح للزائرين اليوميين بالوصول الى الشاطىء فى سهولة دون يسبب ذلك ازعاجا للمقيمين بالمنتجع السياحى .

ومزايا هذا النوع من التخطيط كما يلى :

١ ـ مرونة الطابع الطبيعى Physical Pattern والذى يسمح بالنمو المتزايد للطاقة الاستيعابية للمنطقة العمرانية تبعا للطرق والممرات التى يسهلها تصميم الشبكة الرئيسية للمرافق الرئيسية .

٢ ـ تؤدى الى التاثير الايجابى على الارض الخلفية بتعميرها حيث ان الشريط الساحلى يرتبط بالمستوطنات السكانية القائمة أو التى يجب نشوؤها وفقا للتخطيط العام .

٣ ـ يسمح بدرجة كبيرة من التنوع والتباين بين المناطق المبنية والمناطق المفتوحة تبعا للشكل غير الرتيب للتنمية الذى يسمح به التخطيط الشبكى وبالتالى يؤدى الى درجة كافية من الشخصية الجمالية لكل من الوحدات السياحية المنشأة داخل المركز السياحى .

٤ ــ ضمان اتصال أكبر بين المراكز العمرانية والمراكز التجارية والاعتماد على وسائط نقل لا تؤدى الى تلوث مثل السيارات الكهربائية والصغيرة أو الطفطف .. الخ .

اما عيوب هذا النوع من التخطيط فهى :

(أ) اثارة بعض المشاكل بالنسبة لاستخدامات الأرض وتخصيص الموارد حيث ان التحديد فى مثل هذه الحالة يكون مشوبا بالراى الشخصى أكثر من المعيار الموضوعى مما يسمح للسياسة بالتدخل فى التخطيط .

(ب) مشكلات ادارية تؤدى الى تعطيل التنمية للاسباب الموضحة فيما سبق .

ثالثا ــ الاتجاه المتمركز : Poli-Nuclear

ويتحصل فى عدة تجمعات سكانية ونشاطات اقتصادية تنتشر بطريقة غير منتظمة تسمحبترك مساحات شاطئية ومن الارض الخلفية خالية دون انشاءات عمرانية . وبذلك يمكن انشاء عدد من المراكز داخل المنطقة يختلف عددها تبعا لمساحتها (طاقتها الأستيعابية) فى اطار الخطة الاقليمية الموضوعية التى تعتمد على ايجاد نقطة تلاق بين العرض والطلب الحال ويسمح بالتوسع فى المستقبل .

ويلاحظ فى هذا الاتجاه ان الاتصال بين المراكز الحضرية والمراكز التجارية والمراكز الترويحية اتصال مرن فضفاض لا يتسم بالتحديد الكامل . ويعتبر ذلك نتيجة أمر هام فى هذا الاتجاه المتمركز وهو ضرورة فصل وحماية مراكز النشاطات الترويحية عن المراكز الحضرية والمراكز التجارية أى أن يكون لكل من هذه المراكز مجاله الخاص .

ومزايا هذا النوع من التخطيط هى :

١ ــ اقل تكلفة للمرافق الاساسية .

٢ ــ استخدام أقل لوسائل النقل داخل حدود المراكز الحضرية او التجارية .

٣ ــ التأثير الايجابى على الأرض الخلفية للشريط الساحلى أكبر منه فى حالة الاتجاه التخطيطى الشريطى .

٤ ــ مشكلات ادارية .

اما مثالب هذا النوع من التخطيط فهى :

١ ــ يتطلب تنفيذ التخطيط اتخاذ خطوات تشريعية وادارية كثيرة .

٢ ــ يجب حماية المناطق المفتوحة من الاعتداء عليها بالتوسع العمرانى وهوما يتطلب وضع سياسة حازمة لاستخدامات الأراضى ، والا ترتب على عدم الحزم فى تنفيذ ورقابة التخطط فى المستقبل أن يتطور شكل التخطيط ليصبح شريطيا او شبكيا فى الوقت الذى صممت فيه المرافق الأساسية على أساس الاتجاه التمركز وهو ما يؤدى الى التدهور .

٣ ــ يتطلب وسائط نقل دائمة بين المراكز بعضها والبعض وبين أى مركز والشاطىء الأمر الذى قد يكون صعبا ومكلفا فى بعض الاحوال .

الفصل الثالث

تخطيط الموقع Site Planing

يتطور تخطيط المركز او المنتجع السياحي الى خطة لتنمية الموقع تتضمن مكونات التسهيلات المراد خلقها ومواقعها بالنسبة لبعضها البعض . والموقع المراد تخطيطه يمكن أن يكون مرفا ترفيهيا (مارينا) مثل بورت كانتاوى بسوسة تونس او مخيما أو قرية اجازات ... الخ .

ولذلك يجب أن تتضمن خطة الموقع ما يلى :

١ ــ خريطة الموقع والتى تبين موقع ونوع كل مكونات التسهيلات السياحية بالموقع كوحدات الفندق والمخيم والتسهيلات المساعدة فضلا عن المرافق العامة والخدمات الأخرى (كالطرق والشبكات المختلفة للمياه وللقوى المحركة وللصرف الصحى والاتصالات والعلامات الارشادية ... الخ) .

٢ ــ تقرير وصفى يتناول بالتحليل الموارد الرئيسية للموقع وعناصر الجذب السياحية فيه مع مكونات وشرائح الطلب المتوقع على خدماته .

٣ ــ خطة عامة للتنمية الى نهايتها مع التكلفة التقديرية لكل مرحلة من مراحل التنمية .

٤ ــ خطط الانشاء التفصيلية متضمنة طرق التشييد ومواصفات مواد البناء المستخدمة ، فضلا عن نقاط المراجعة الرأسية والأفقية .

وبهذا يتضمن تخطيط الموقع ثلاث مراحل هى : ــ برنامج عمل خطط تصميم تفصيلى للمبانى والانشاءات .

فتخطيط الموقع يولد مع خطة المركز السياحى ، وهو تفصيل لها بالنسبة الى موقع معين أو مواقع معينة تم اختيارها بالفعل بناء على اعتبارات تفضيلية معينة اهمها طرق الوصول الى الموقع ومكانته بالنسبة لحركة المرور والخدمات المدنية والعمرانية المختلفة وبالنسبة لمراكز تجميع الطلب السياحى ثم طبائع السلوكيات المتوقعة (١) وعلى سبيل المثال اذا اريد اختيار موقع لاقامة مخيم سياحى بسيناء وكان المتوقع هو أن يكرر نزلاء هذا المخيم زياراتهم لمختلف عناصر الجذب المحيطة بهم مثل دير سانت كاترين وجبل موسى ومتحف الهواء الطلق بمنطقة المغارة ونقوش وآثار سرابيط الخادم وكذلك النشاطات الترويحية كالاستحمام فى البحر والغطس تحت الماء ، فان المخيم يجب أن ينشأ فى مركز متوسط بالنسبة لهذه الموارد الجاذبة وفى ذات الوقت أن يكون الموقع سهل الوصول اليه من مختلف نقاط تصدير

(١) راجع الان جوبنفيل ــ تخطيط الترويج الخارجى طبعة ١٩٧٦ ص ١٤١ وما بعدها .

السائحين بأن يكون فى ملتقى طرق رئيسية ، فضلا عما يجب ان يؤديه المخيم من خدمات متعددة للنزيل . ويمكن ان تتركز النشاطات المساعدة فى المخيم فى أوجه التسلية الليلية كعروض مسرحية وموسيقية وعشاء راقص ... الخ . طالما أن النزلاء سيقضون أوقاتا طويلة فى الرحلات الى مناطق الجذب السياحى المحيطة .

وبعد الانتهاء من وضع برنامج تنمية الموقع ، يجب أن يتم رسم الخريطة العامة للموقع وتوقيع كل ما يلزم من مكونات المشروع وخدماته وتسهيلاته عليها بحيث يكمل كل منها الآخر بصورة تخرج منه برنامجا متكاملا .

ويمكن تفصيل مكونات هذا التخطيط على النحو التالى :

١ ـ اختيار الموقع بما يشمله من ملاءمة الموقع بصورة ابتدائية وجدوى الموقع بصورة نهائية .

٢ ـ خطة الموقع وتنقسم الى :

(أ) الرسم المبدئى مبينا قائمة التسهيلات المطلوبة والمواقع النسبية لهذه التسهيلات وطرق التنقل .

(ب) تحقيق الانسجام بين برنامج الموقع وبين طبيعة الامتداد الارضى .

(جـ) التنسيق مع المواقع المجاورة .

٣ ـ تصميم الموقع ويشمل :

(أ) تحليل خصائص الامتداد الأرضى (اللاند سكيب) .

(ب) تحقيق الانسجام بين برنامج الموقع والامتداد الارضى .

(جـ) التصميم المعمارى للوحدات المختلفة للمشروع .

٤ ـ المراجعة النهائية وتتضمن :

(أ) وضع الخطة النهائية بعد المراجعة والتصحيح .

(ب) الموافقات .

(جـ) الرقابة الدورية .

اختيار الموقع (مدى ملاءمة الموارد) :

وهذه خطوة هامة فى التخطيط لأن كل مورد يجب تقييمه من ناحية مدى ملاءمته للبرنامج المتكامل للموقع السياحى . ولذلك فانه فى المرحلة الابتدائية لاختيار الموقع يجب أن توضع قائمة تضم عدة مواقع تبادلية مع خصائص كل منها فى اطار المنطقة المختارة لكى يتم اختيار الموقعين أو الثلاث الأكثر ملاءمة حتى يتم اختيار أحدها اختيارا نهائيا . وهذا الاختيار الابتدائى يتم على أساس نظام تقييم يقوم على نقاط ترجيحية يدخل فيها الخصائص المميزة للموارد السياحية المحيطة والتى كانت أساس اختيار الموقع العام أو المنطقة .

نظـــام التقييم :

ونظام التقييم المقترح للحكم على مدى ملاءمة الموارد يمكن وضـــعه من ثلاث مراحـل :

١ ـ تحديد الخصائص والمتغيرات الأســاسية Essential Characteristics

مما لا شك فيه ان كل منطقة جغرافية (بما فيها من موارد سياحية ومستخدمى الخدمات والتسهيلات المحتملين) وكل جهاز حكومى او غير حكومى يكون له اختصاص فى التقييم ، يختلفون فيما يعد من العناصر الاساسية التى تؤثر على المســـتقبل السياحى لموقع ما . ويمكن الكشف عن الخصائص والمتغيرات الأساسية عن طريق البحوث التى يمكن أن تبين مدى جاذبيتها ، والحدود الايكولوجية المفروضة ، ومدى امكانية تطويع الموقع لبعض الاستعمالات دون البعض الآخر . وتساعد الخبرة فى تحديد المتغيرات الحديثة .

٢ ـ وضع طريقة للتقييم بنقاط ترجيحية Weight Factors

وبعد اتمام اختيار الخصائص والمتغيرات الأساسية يجب أن يوضع لكل منها نقطة تعكس قيمتها . فاذا تعذر التقييم الكمى لبعض الخصائص فانه يمكن وضـع اوصاف تفصيلية للتقييم الكيفى مثل (حسن ـ أحسن ـ الاحسن) .

٣ ـ تحقيق واختيـــار نظـام التقييم :

ويتعين قبل اعتماد نظام التقييم أن يختبر هذا النظام على موقع قائم ومعروف فى نفس المنطقة الجغرافية . فان لم يوجد موقع سياحى تتوفر فيه هذه الشروط فأقرب موقع ســـياحى قائم بالفعل .

٤ ـ اعتماد نظام التقييم والاختيـــار النهائى للموقع :

هناك طرق عديدة لتقييم مدى ملاءمة الموقع ولكن بالطريقة الاكثر شيوعا هى الاعتماد على التقدير الشخصى للمخطط المحترف مع بيان الأســباب التى اعتمد عليها فى هذا الاختيار النهائى . ولعل من اهم هذه الأســـباب اختيار الموقع الأكثر استجابة لرغبات السائحين كما تكشف عنه دراســـة تســويقية علمية متعمقة . والطريقة الأكثر قبولا فى تقييم الاختيار هى التعويل على الموقع الحائز لاكبر عدد من النقاط الترجيحية والذى تتوفر فيه أحسن نتائج المظهر الجمالى للتنسيق الخارجى مع عدم ارتفاع التكلفة الاستثمارية فيه عنها فى غيره .

مثال تصـــورى توضيحى لما ســـبق (١) :

الســؤال : كيفية اختيار أحسن موقع على الشـــاطىء .

الافتراضـــــات :

(أ) هناك طلب على التنمية السياحية الشـــاطئية .

(ب) المكان هو شاطىء جنوب اوريجون بالولايات المتحدة .

(ج) النشـاطات الأولية هى السباحة وحمامات الشمس ورياضات الشراع .

---

(١) الان جوبنفيل ـ المرجع السابق ص ١٤٨ .

تحليل قاعدة الموارد الأساسية :

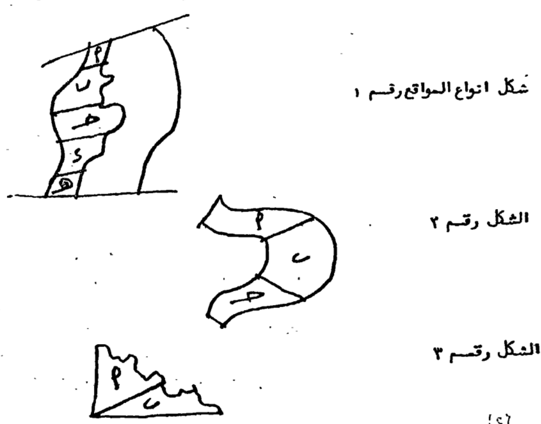
(أ) المسطح الاجمالى للاقليم (من ١٠٠٠ — ٤٠٠٠ ميل مربع) ويتطلب الأمر استبعاد المناطق التى بها أقل الموارد جذبا ثم التركيز على وحدات أصغر من الموارد .

والمطلوب هو تحليل الامتداد الأرضى (اللاند سكيب) باستخدام خرائط طبوغرافيه بنسب صغيرة مثل ١ : ٢٥٠٫٠٠٠ مع معلومات مناخية .

(ب) الاقليم الفيزيوجرافى (من ١٠٫٠٠٠ — ٥٠٫٠٠٠ ميل مربع) ويقسم الى عدة مواقع فيزيوجرافية مبينة على طبيعتها الجغرافية وخصائصها المناخية . والمعيار الأساسى فى الموقع المختار هو أن تتراوح درجة حرارته بين ٢٥ — ٣٠ درجة مئوية خلال أشهر الصيف .

(جـ) مستويات المواقع الفيزيوجرافية (من ٢٠٠٠ — ٥٠٠٠ فدان) مع استخدام التصوير الجوى . وفى هذا المثل تقضى الحاجة الاولية — فى هذه المرحلة — باختيار مساحة ارضية مستوية بقدر الامكان وجافة خالية من مياه التشبع يواجهه بحرية بشاطىء رملى . وبهذه الخصائص الطبيعية المطلوبة يمكن استبعاد مواقع متعددة .

(د) أنواع المواقع (من ٢٠٠ — ١٠٠٠ فدان) عند تقابل مستويات المواقع الفيزيوجرافية من الانواع أ و ب و ج كما تظهر من الصور الجوية ، يمكن تقسيمها الى انواع للمواقع متباينة بحسب طبيعة النباتات كما تظهر على الصور الجوية وتعكس الشروط الايكولوجية لكل موقع . فتوضح المواقع وتميزها Delineation of site types يمكن ان يظهر على الشكل التالى :



شكل انواع المواقع رقم ١

الشكل رقم ٢

الشكل رقم ٣

ويظهر من الشكل السابق ان انواع المواقع ١ ، ٢ ، ٣ جرى تقسيمها الى عشرة أنواع ، وبهذا يكون المخطط على استعداد لزيادة المواقع وعمل الدراسة الميدانية لتحديد ملاءمة كل موقع للاغراض السياحية المستهدفة مستخدما نظام النقاط الترجيحية .

وحتى هذه اللحظة كانت القرارات كلها تصدر بالمكتب باستعمال الخرائط والصور الجوية ، ولعل أهمية البدء بالمسطح الاجمالى للاقليم والانتهاء على التركيز على تحديد انواع المواقع تكمن فى المناطق التى تضم الموارد السياحية الهامة يمكن التعرف عليها بسهولة بحيث تمكن المخطط من اختيار أحسن المواقع لاجراء التحليل الميدانى . وبالاضافة الى ذلك فان المخطط يمكن أن يبدأ بتحليل اللاند سكيب فى اى مرحلة من مراحل عملية التخطيط بصورة تتوقف على حجم ومدى تباين المنطقة الجغرافية التى تجرى دراستها .

ويتعين على المخطط اذن ان يزور ميدانيا كل موقع من المواقع العشرة السابق توضيحها لتحديد مدى ملاءمة كل منها .

وفى المثال الراهن فان نظام النقاط الترجيحية لتنمية الواجهة الشاطئية يقسم الى منطقة ارضية (الأرض) ومنطقة مائية لكل ٥٠ نقطة بمجموع مائة نقطة . فحصول اى موقع على اقل من ثلاثين نقطة لكل منطقة يؤدى الى استبعاده فورا . وبعد الانتهاء من تحليل كل موقع خلال يوم أو بعض يوم يمكن بناء جدول النقاط الترجيحية على مثال الجدول التالى :

نوع الموقع	المنطقة المائية (٥٠ نقطة)	المنطقة الأرضية (٥٠ نقطة)	اجمالى عدد النقاط	المرتبة
١ ــ أ	٣٦	٤٠	٧٦	(٣)
ب	صفر	صفر	صفر	
جـ	٢٥	٢٨	٥٣	(٧)
د	٣١	٣٨	٦٩	(٥)
هـ	٤٠	٣١	٧١	(٤)
٢ ــ أ	٣٢	١٦	٤٨	(٨)
ب	٤٢	٤٣	٨٥	(١)
جـ	٤٥	٣٩	٨٤	(٢)
٣ ــ أ	٢٧	٣٣	٦٠	(٦)
ب	١٩	١٥	٣٤	(٩)

وبذلك تكون المواقع ٢ب و٢جـ و١أ هى الثلاثة مواقع الأولى ويمكن المضى فى تقييمها طبقا لجدوى التنمية . وهناك أنواع مختلفة من دراسات الجدوى تتباين طبقا للظروف . ويكتفى باجراء دراسات الجدوى المتعمقة والأكثر تكلفة بالنسبة للمواقع الأولى فى التقييم بحسب نقاطه الترجيحية (موقعين أو ثلاثة فقط) .

فاذا تحددت البدائل فى المواقع المحتملة التنمية تبعا لظروف ملكية الأرض أو التخطيط الطبيعى أو غيرها ، فان عملية الاختيار يمكن أن تتجه الى المواقع الأقل التى تتوفر فيها شروط ملاءمة للتنمية .

ولن نخوض بعد ذلك فى دراسات ملاءمة الموقع بناء على دراسات الجدوى وأنواعها المختلفة نظرا لأن ذلك يخرج عن حدود الكتاب الحالى .

فهناك دراسات جدوى هندسية ، ودراسات جدوى فنية سياحية ، ودراسات جدوى اقتصادية ، ودراسات جدوى بيئية ، ودراسات جدوى تسويقية وأخيرا هناك دراسات جدوى شاملة لكل ذلك .

□ □ □

الفصل الرابع

قواعد تخطيط المصايف الساحلية (١)

ولعل من المفيد فى هذا المجال ان تضع هنا القواعد المتكاملة لتخطيط المصايف الساحلية حتى تكتمل صورة تخطيط المواقع .

لاشك ان الشاطىء يمثل عنصر الجذب الرئيسى للمصيف الساحلى ولذلك فان خصائص هذا الشاطىء تمثل بوجه عام ــ العناصر الترجيحية للمصيف من حيث كونها رملية ناعمة أو رملية خشنة أو غير رملية ــ حجرية او زلطية ــ ، ومن حيث اتساع الشاطىء أو ضيقه ، ومن حيث تدرج انحدار الشاطىء نحو البحر أو انحداره بشكل فجائى ، ومن حيث نظافة الشاطىء الطبيعية من نباتات البحر وتقاوته او عدم نظافته ، ومن حيث وجود غطاء نباتى فى الأرض الخلفية مما يضفى جمالا على الشاطىء او عدم وجوده .... الخ .

ومن المسلم به أن تطبيق هذه القواعد بصورة جامعة مانعة على كافة انواع المصايف الساحلية أمر صعب نظرا لاختلاف نوع المصايف وما اذا كانت شواطىء عامة او شواطىء خاصة وكذلك طبيعة المصايف الساحلية ومواقعها الجغرافية وما اذا كان يتخللها خلجان او بحيرات أم لا . الا ان هذه القواعد يمكن ان تمثل اطارا ارشاديا لتخطيط هذه المصايف خاصة وان المصيف يجب ان يتكامل مع الارض الخلفية بوجه خاص ومع المنطقة برمتها بوجه عام . كما ان ارتباط المصيف بمركز حضرى قائم بالفعل يمكن ان ينفى عنه صفة الاصطناع ويضفى عليه طابع الطبيعية والاصالة ، وان كان الامر فى النهاية يتوقف على سلامة التخطيط الموضوع للمصيف ومستواه . ونود هنا ان نؤكد أن الطول الأمثل للمصيف الساحلى كوحدة يحسن الا يتجاوز خمسة كيلو مترات حتى يمكن قطعة كله او جزءا كبيرا منه دون حاجة الى استخدام سيارة .

وتتضمن قواعد تخطيط المصايف ما يلى : ــ

١ ــ الكثافة السكانية او الطاقة الاستيعابية للمصيف

طالما ان الشاطىء هو عنصر الجذب الرئيسى فى المصيف الساحلى ، فان هذا الشاطىء يمثل الاساس الذى يتم تقدير الطاقة الاستيعابية للمصيف بناء عليه ، وان كانت الأفكار التخطيطية الحديثة مثل ادخال مياه البحر الى داخل المصيف لانشاء بحيرة صناعية كبيرة ــ ان اتسع حجم المصيف لذلك ــ من شأنه ان يزيد من

(١) راجع فى ذلك مؤلفنا بالانجليزية ص ٤١ ــ ٤٨ . Studies in Tourism Planning

قدرة المصيف على استيعاب كثافة سكانية اكبر . وكذلك فان انشاء عدد كبير كاف من حمامات السباحة داخل المصيف من شأنه زيادة الطاقة الاستيعابية القصوى للمصيف . ويمكن تقدير الزيادة فى امثال هذه الحالات بنسبة ٥٠٪ من حجم الطاقة الاستيعابية المقدرة للشاطىء .

ولاجدال فى ان تقدير حجم الطاقة الاستيعابية القصوى أمر فى غاية الاهمية نظرا لأنه يترتب على تجاوز هذه الطاقة مشكلات خطيرة كالازدحام المؤثر فى مستوى الخدمات المقدمة والضوضاء الشديدة مما يؤدى الى هروب كثير من العملاء . ونود ان ننبه الى أن تقدير الطاقة القصوى للمصيف أو كثافته السكانية المثلى يختلف باختلاف درجة المصيف ومستواه ، وكذلك يختلف بحسب ما اذا كان المصيف معدا أساسا للسياحة الدولية أو السياحة الداخلية اذ عادة تزيد الطاقة المثلى للمصيف فى الحالة الاخيرة بنسبة ٥٠٪ عن الطاقة المثلى فى حالة السياحة الدولية .

وقد درجت وزارة السياحة فى مصر على وضع قواعد مبسطة لتقدير الطاقة الاستيعابية للمصايف قوامها المتر الطولى من الشاطىء الذى يبلغ اتساعه مائة متر وهو الحد الأدنى المشترط طبقا للقوانين المصرية . فتبلغ الطاقة الاستيعابية ثلاثة أشخاص فى المتر الطولى من الشاطىء فى حالة السياحة الدولية ، وخمسة أشخاص للمتر الطولى من الشاطىء فى حالة السياحة الداخلية (١) . وعلى ذلك فيمكن القول بأنه اذا زاد متوسط اتساع الشاطىء عن مائة متر كان من الممكن زيادة هذه الطاقة بالنسبة والتناسب .

ونتيجة لدراسات متعمقة قمت بها فقد وضعت المعدلات الآتية لتحديد الطاقة القصوى للكثافة السكانية للمصايف الشاطئية فى حالة الاعتماد شبه الكامل على البحر كمرغب اساسى .

$$ك = \frac{ل \times ع}{ص} \times م$$

حيث ان

ك = الكثافة السكانية او الطاقة الاستيعابية القصوى من الاشخاص على الشاطىء .

ل = طول الشاطىء (بالامتار) .

ع = اتساع الشاطىء او العمق المستخدم منه (بالامتار) .

---

(١) استخدم هذا المعيار فى تخطيط الساحل الشمالى الغربى من الكيلومتر ٣٤ — الكيلومتر ١٠٠ الذى دعت اليه وزارة التعمير .

ص = نصيب الفرد من مسطح الشاطىء (بالامتار المربعة) .

م = العامل المصحح Corrector coefficient الذى يعبر عن العلاقة بين الزائرين والقائمين على الخدمات بالشاطىء .

وتأخذ هذه المعادلة فى اعتبارها ثلاثة متغيرات هامة هى : —

الأول — ان المتغير (ص) الذى يمثل نصيب الفرد من مسطح الشاطىء يختلف تبعا لاختلاف مستوى المصيف . فكلما ارتفع مستوى المصيف زاد نصيب الفرد من مسطح الشاطىء أى تزيد قيمة (ص) ، وكلما انخفض مستوى المصيف كلما قلت قيمة (ص) . وبالتالى فان قيمة (ص) تتناسب تناسبا عكسيا بين قيمة (ص) والكثافة على الشـــاطىء .

الثانى — ان العامل (م) يكون عادة أكبر من الواحد الصحيح ، وهو يرتفع كلما ارتفع مستوى المصيف والخدمات المقدمة فيه .

الثالث — ان المتغير (ك) المعبر عن الكثافة السكانية يقدره بعض الخبراء على النحو الآتى : —

	عدد الامتار المربعة الصافية للشخص من الشاطىء (دون تسهيلات)
— مصيف مزدحم جدا	٣
— مصيف عام قرب المدينة	٥
— مصيف عام متوسط	٨
— منتجع سياحى (مستوى منخفض)	١٠
— منتجع سياحى (مستوى متوسط) أو مصيف عام مســتوى عال	١٥
— منتجع سياحى مريح	٢٠
— منتجع ســياحى مســتوى عال	٣٠

ويرى بعض خبراء التخطيط السياحى ان المنتجعات ذات الصورة السياحية العالية والواقعة على مسافات طويلة من المدن أو الأســواق الســياحية المصــدرة يجب ان تتبنى الكثافة السكانية المنخفضــة وهى كثافة المنتجعات ذات المســتوى العالى (١) .

٢ — مســاحة المنتجع الشــاطئى :

وبعد تحديد عدد الاشخاص فى المنتجع السياحى كتعبير عن طاقته الاستيعابية الشاطئية يجب التعرض لحجم المنتجع السياحى كأساس للتخطيط حسب مستوى المنتجع . وقد اصطلح على المعدلات الاتية : —

---

(١) راجع فريد لوســون ومانويل بودبوفى فى كتابهما تنمية السياحة والترويح طبعة ١٩٧٧ ص٧٤

ـــ بالنسبة للمستوى العالى اقل من خمسين شخصا للهكتار من الارض (١) .

ـــ بالنسبة للمستوى المتوسط بين ٥٠ ــ ٩٠ شخصا للهكتار .

ـــ بالنسبة للمستوى الاقتصادى من ٩٠ ــ ١٢٠ شخصا للهكتار .

وهذه المعدلات تعطى مؤشرات معقولة عن الحدود المثلى لما يخص كل فرد من مساحة المنتجع شاملة الخدمات والتسهيلات المختلفة وأماكن الاقامة وغير ذلك .

٣ ــ وسيلة الوصول (٢)

لعل عاملا من اهم عوامل نجاح المنتجعات السياحية هو أن يستطيع السائحون والزائرون الوصول الى المنتجع فى سهولة ويسر ، وعلى ذلك يجب أن يخدم المنتجع السياحى عـدد كاف من الطرق ومن وسائل المواصلات التى تربطه بينه وبين التجمعات الحضرية والمدن المختلفة داخل الدولة .

ويمكن تقسيم الطرق الى نوعين : ــ

ـــ **طرق موصلة للمنتجع** Access Roads وهى الطرق السريعة المؤدية الى المنتجع الشاطئى ويراعى ان تكون فى تعددها ومستواها متناسبة مع حجم حركة المرور عليها من والى المنتجع ليس فقط فى الوقت الراهن بل فى المستقبل كذلك .

ـــ **طرق داخلية فى المنتجع** Urban Soads وهى الطرق المؤدية الى مختلف مراكز واجزاء المنتجع السياحى . وهذه تنقسم الى : ــ

ـــ **الطرق المخترقة المنتجع** Penetrating وهى التى تخترق قلب المنتجع وتعتبر امتدادا للطرق الموصلة اليه .

ـــ **الطرق التوزيعية** Distribution Roads او شبكة الطرق الداخلية فى المنتجع تربط الطرق المخترقة مع المراكز المختلفة للمنتجع كالمركز التجارى والمركز الرياضى والترفيهى ومراكز الفيلات والشاليهات والفنادق وغير ذلك .

ـــ **الطرق الخدمية** Service وهى التى تستخدم للوصول الى المبانى الخاصة فى المنتجع كالفيلات والشاليهات والشقق .

ويتعين ان تكون الطرق الموصلة للمنتجع عريضة عرضا كافيا وان يقسم قسمين لحركة المرور ذهابا وايابا . ويتوقف العرض المطلوب لمختلف أنواع الطرق

---

(١) الهكتار = عشرة الاف متر مربع

(٢) يراجع مؤلفنا المرجع السابق ص ٤٢ .

على متوسط حجم حركة المرور عليها . وقد اصطلح على اعتبار المعدلات التالية الحد الادنى لعروض الطرق : ــ

ــ الطرق الموصلة للمنتجع	٩ أمتار + ٥ر١ متر على كل جانب
ــ الطرق المخترقة	٧ امتار + رصيف على الجانبين
ــ الطرق التوزيعية	٦ امتار + رصيف على الجانبين
ــ الطرق الخدمية	٥ أمتار بما في ذلك أماكن وقوف السيارات.

ويجب ان يتضمن المنتجع وجود تسهيلات لتأمين تحركات المشاة والتنزه فى الاماكن المخصصة لذلك والمغلقة على السيارات ، فضلا عن ضرورة توفر مركز تجارى به محلات لبيع كل ما يحتاجه نزلاء وزائرو المنتجع السياحى .

٤ ــ اماكن وقوف السيارات :

لا يتصور أن يتم تخطيط شبكة الطرق دون تخصيص أماكن كافية لوقوف السيارات . وتتوقف سعة هذه الاماكن على عدة اعتبارات اهمها مستوى المنتجع وموقع هذه الاماكن بالنسبة للمراكز الحضرية والخدمية فى المنتجع . كما تتوقف سعة هذه الأماكن ايضا على النسبة التى تعتمد للسيارات بالنسبة للمقيمين فى المنتجع وتتراوح بين ١ : ٢ و ١ : ٥ ولذلك ففى المنتجعات الراقية يحسن التعويل على نسبة ١ : ٣ أو ١ : ٤ . أما بالنسبة لسيارات الزائرين اليوميين فنسبتها تتراوح بين ١٠ ــ ٣٠ ٪ من عدد سيارات المقيمين وكذلك تختلف هذه الاماكن سعة حسب مكونات المنتجع من فيلات وشاليهات وشقق بالعمارات وفنادق وما اذا كان بالمنتجع اماكن للتخييم ام لا ، وان كان يجب الفصل فى الحالة الاخيرة بين اماكن وقوف سيارات المخيمين وبين سائر اماكن وقوف السيارات فى المنتجع .

والمفروض ان يحدد لكل سيارة مساحة اجمالية لا تقل عن عشرين مترا مربعا تشمل صفوف اماكن الوقوف واماكن تسمح بمناورة السيارات عند الدخول والخروج من اماكن الانتظار . اما الاتوبيس السياحى فتخصص له مساحة لا تقل عن ٥٠ مترا مربعا .

ويجب توزيع أماكن وقوف السيارات جغرافيا داخل المنتجع لكى تتناسب مع توزيع اماكن الاقامة والمراكز الخدمية المختلفة .

ويراعى فى تحديد عدد وسعة اماكن وقوف السيارات ما يلى : ــ

ــ بالنسبة للمراكز التجارية او الادارية فان المعادلة تكون

$$\text{عدد الاماكن} = \frac{\text{س} \times ٢}{٢}$$

حيث تكون

س هى مساحة المركز التجارى بالامتار المربعة

م تمثل المتغير أو العامل المصحح (من ٢ – ٥ر٤٪) حسب مستوى المنتجع .

وعلى ذلك فان الحد الادنى لعدد اماكن انتظار السيارات يكون حاصل ضرب مساحة المركز التجارى بالامتار المربعة × العامل ÷ ٢ .

بالنسبة للمراكز الخدمية الاخرى فان مساحة اماكن السيارات تكون كالاتى : –

– مكان لكل ثلاثة الى أربعة مقاعد فى المطعم .
– مكان لكل ٤ مقاعد فى المسرح او السينما .
– مكان لكل ٤ اشخاص فى المناسبات الرياضية .
– مكان لكل ٣ أشخاص يدخلون أماكن العبادات .

ويتم عادة احتساب مساحات مواقف السيارات بالقرب من الشاطىء على أساس تخصيص مسافة وقوف واحدة لكل ٢٠ مترا مربعا من الشاطىء .

على انه يلاحظ عدم التقيد بهذه المعدلات جميعها اذا كانت مساحة المنتجع الاجمالية محدودة نسبيا مثل خمسين فدانا مثلا (اى ٢٠٠٠٠٠ر٢٠٠ متر) اذ يكفى فى مثل هذه الحالة احتساب مساحات اماكن الانتظار على اساس الطاقة القصوى للمنتجع فقط او على اساس مساحة الشاطىء فقط نظرا لان مسافات السير على الاقدام للانتقال داخل المنتجع لن تكون كبيرة .

٥ – كثافة المبانى ومختلف الخدمات بالمنتجع السياحى :

يجب ان يقوم التخطيط السياحى على وجود التناسق بين مختلف مكونات المنتجع السياحى وان تنتشر المناطق الخضراء والمفتوحة وتتخلل المبانى والانشاءات بشكل يحافظ على البيئة وعلى المظهر الجمالى للمكان . ولذلك فقد اصطلح على عدم زيادة الكثافات البنائية المغطاه شاملة القطاع السكنى والتجارى والادارى عن ٢٥ ٪ من المساحة الاجمالية للمنتجع ، وتقسم المساحة الاجمالية الباقية على الوجه التالى : –

– طرق مختلفة — حوالى ١٥ ٪
– مواقف للسيارات — حوالى ٥ ٪
– مساحات مفتوحة خضراء وحدائق وفراغات بين الابنية — حوالى ٢٠ ٪
– اماكن النشاطات الرياضية والترويحية المفتوحة — حوالى ٢٥ ٪
– مشروعات مرفقية — حوالى ١٠ ٪ بعيدا عن أماكن ايواء النزلاء .

٦ ـ المرافق العامة :

يتوقف احتياج الشخص من خدمات المياه والكهرباء فى المنتجعات السياحية حسب مستوى المنتجع . فالمياه يحتاج لشخص منها ما بين ٣٥٠ لتر و٤٠٠ لتر فى اليوم فى المنتجعات ذات المستويات العالية ، وما بين ٣٠٠ ـ ٣٥٠لترا فى المنتجعات المتوسطة ، وما بين ٢٥٠ ـ ٣٠٠ لتر فى المنتجعات الأقل مستوى . أما الكهرباء فاستهلاك الشخص منها فى اليوم لا يقل عن ١٥٠ وات كحد أدنى الى ٣٠٠ وات كحد معقول بالاضافة الى حوالى ٢٠ وات لكل متر مكعب من المساحات المكيفة صيفا وشتاء . ويجب ان يلاحظ كفاية التدفئة فى فترات الخريف والشتاء اذا استمر تشغيل المنتجع اول العام .

ويجب ان يلقى الصرف الصحى عناية خاصة من حيث اختيار النظام الحديث المناسب حتى لا يحدث تلوث ولا ينتشر البعوض والحشرات الاخرى الضارة .

٧ ـ الخدمات العامة :

ويحتاج المنتجع السياحى الى وجود محال للبيع تشمل محلات بيع الاغذية الطازجة والمحفوظة ومعلات لبيع الملابس والأحذية ومحال لبيع أدوات الرياضة وغيرها من لوازم الشاطىء واجزاخانة ، وشركة سياحية ، ومكتبة وكوافير وبنك ؛ وغير ذلك .

مزارع الاجازات Vacation Farms

ظهر نوع جديد من المنتجعات السياحية (١) فى السنين القليلة الاخيرة يسمى مزارع الاجازات تطبيقا لاتجاه السياحة الخضراء الذى ظهر فى فرنسا فى اوائل السبعينات . ومن العجيب ان يبدأ ظهور مزارع الاجازات فى الولايات المتحدة وفى اسكتلنده قبل ظهوره فى فرنسا .

وفى السبع سنوات الأخيرة أصبح هذا اللون الجديد من المنتجعات السياحية مطلوبا وزاد الطلب السياحى عليه بنسبة لا تقل بمتوسطها عن ١٥٪ سنويا . ومزرعة الاجازات هى ، بحسب الاصل ، مزرعة عاملة حقيقية يتراوح حجمها بين خمسين فدانا وعشرة آلاف فدان ينشأ فيها بعض الغرف الفندقية لايواء نزلاء يرغبون فى قضاء الاجازات . ثم تطور الامر ليصبح الايواء وتنظيم نشاط نزلائها خاضعا لقواعد تخطيطية لا تزال فى دور التحضير .

واصبح هذا الحدث الجديد فى عالم السياحة مطلوبا لعدة أسباب منها

١ ـ ازدياد تعقيد الحياة الحضرية خلق نوعا من الرغبة الشديدة فى العودة الى الأشكال البسيطة من الحياة كحياة المزارع كنوع من التغيير الذى له تأثير ايجابى على صحة الانسان .

---

(١) آثرنا ذكر هذا النوع الجديد من انواع المنتجعات فى هذا المقام رغم ان الكتاب لا يتعرض لتخطيط المشروعات حتى نتبه الاذهان الى هذا التطور الهام فى اتجاهات السياحة العالمية تطبيقا لاتجاه أسبق منه نحو ما يسمى بالسياحة الخضراء .

٢ ـ اتجاه كثير من العائلات نحو قضــاء أجازات تضمن انطلاق أطفالهم فى حرية وتكون معقولة التكاليف فى ذات الوقت .

٣ ـ رغبة رجال الأعمال وارباب المهن الحرة فى قضــاء اجازات تعوض ما يعانونه من الضغط العصبى وبعيدة عن الرسميات .

وكان هـذا اللون الجديد من المنتجعات السياحية سبيلا للمزارع الصغير لتحقيق دخل اضافى يعينه على ارتفاع مستوى المعيشة دون حاجة الى ترك مزرعته والبحث عن عمل فى المدن المجاورة له نظـرا لما تواجهه الزراعة فى تلك الدول من انخفاض العرض عن الطلب .

ولما كانت مزارع الاجــازات تتطلب استثمارات منخفضة نسبيا ولا تتعارض مع الزراعة فقد أصبحت بالنسبة للكثيرين حلا للخروج من الضغوط الاقتصادية .

ولتخطيط هذا النوع من المنتجعات بصورة علمية مدروسة يلزم تحديد مايلى:

١ ـ ما هى أنواع المزارع المناسبة لهذا اللون من المنتجعات السياحية وما مواقعها وما هى سبل الوصول اليها من المراكز العمرانية الكبرى ؟

٢ ـ ما هى التسهيلات والخدمات الواجب توفرها للنزلاء فيها ترتيبا على تحديد أنواع النشاطات المنتظر قيامهم بها ؟

٣ ـ ما هى خصائص السوق السوق السياحى وشرائحه بالنسبة لهذا النوع من المنتجعات ؟ ســواء أكان سوقا خارجيا أم سوقا داخليا ؟

٤ ـ كيف يمكن تسويق هذا النوع من الخدمات السياحية ؟

٥ ـ ما هى العوائد الاقتصادية المنتظر تحقيقها من هــذا النوع من المنتجعــات السياحية مقارنا بالاســتثمارات التى توضـــع فيها . أى ما هى جدواها الاقتصادية ؟.

ولم تستقر بعد قواعد تخطيط هـذا النوع الجــديد من المنتجعات وانما يخضع انشاؤها حتى الآن لتصـــورات المخططين وابداعهم العلمى والتخطيطى . ولذلك نجـد كل مزرعة أجازات من هذه المزارع تأخذ طابعا مختلفا وتتباين فيما بينها من حيث الطاقة الاستيعابية والانسياب الحـــركى بداخلها ومدى اندماج النزلاء فى النشاط التقليدى بالمزرعة مثل المعاونة فى جنى المحاصيل وحلب الابقار واعداد الفطور ، فضلا عن التنزه المنظـــم فى مجموعات بقيادة مدرب رياضى ، وركوب الخيل ، وصيد السمك من البحيرات القريبة ، واقامة حفلات السمر ليلا ثم النوم مبكرا والاستيقاظ مبكرا ... الخ .

والملاحظ حتى الآن ان الطاقة الاستيعابية للنزلاء فى مزارع الاجازات لا تزيد عن مائة شخص حتى لا ينقلب الأمر الى حيــاة ســـياحية رتيبة وتصبح المزرعة بمثابة فندق أو قرية سياحية فتنتفى بذلك الفكرة الأساسية من قيامها .

البـــــاب العشـــــرون

تخطيط التنمية السياحية لاقليم لانجدوك روسيليون بفرنسا

يتميز تخطيط التنمية السياحية لمنطقة لانجدوك روسيليون بخصيصتين :

١ ـ انها تنمية قامت بها الحكومة الفرنســـية بالتعاون مع الســـلطات المحلية والقطـاع الخاص .

٢ ـ ان الهدف الرئيسى منها هـو تنمية منطقة ساحلية محددة يبلغ طولها ١٨٠ كيلو مترا على البحر الأبيض المتوسط بين مرسيليا وقرب حدود اسبانيا .

وقد اهتمت الحكومة الفرنسية ببدء هذا المشروع الطموح عام ١٩٦٣ والذى قدر لتنفيذه واتمامه مـدة عشرين عاما ولكنـه انتهى بالفعـل قبل ذلك بحـوالى خمس سنوات .

الدوافع لاقامة هـذا المشروع :

تبين للمسئولين الفرنسيين ان حركة سياحة الاجازات فى غرب أوربا اصبحت تتضمن الملايين من الأشخاص الذين ينتقلون كـل عام بحثا عن الشمس : وان السواحل الجنوبية لفرنسا (الســاحل اللازوردى أو الكوت دازور) التى تمت تنميتها تنمية كاملة قـد اصيبت بالتشبع . ولذلك فقد اقتنعت السلطات بضرورة حماية المناطق القليلة الخالية الباقية من الساحل الجنوبى لفرنسا وتنميتها تنمية مخططة تخطيطا سليما . وهذه المناطق تشمل اقاليم لانجدوك وروسيليون وتشكل امتدادا متصـلا من الشواطىء من مصب نهر الرون الى حدود أسبانيا يفصلها عن الأرض الخلفية Hinterland سلسلة من البحيرات والملاحات يبلغ بعضها حجما كبيرا . وفى ذات الوقت اعتبرت السلطات الفرنسية ان استغلال هذه المناطق سياحيا من شانه تقوية اقتصاديات الاقليم الذى يعتمد تقليديا على صـناعة النبيذ (نبيذ الرمل) التى لا تغل دخلا كبيرا يكفى لدعم احتياجات الاقليم بكامله .

وقد دعا الوعى النامى بحماية البيئة الى الاقتناع بأنه يجب ايقاف التدهور الزاحف على الشريط الساحلى الضيق عن طريق تنميـة وانشاءات غير مخططة

وغير خاضعة للرقابة والتى اصبحت نتائجها الضارة غير محتاجة الى اثبات سواء من الناحية الطبيعية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الحضارية .

وقد كانت الطبيعة البكر لهذا الاقليم راجعة الى خصائصها غير الملائمة والتى كان يتعذر تغييرها تلقـائيا عن طريق الاسـتغلال الذاتى غير المخطط لمواردها الطبيعية والفنية ، اذ كانت تشمل سـاحلا تسود اجزاء كثيرة منه مستنقعات تغذيها مياه فيضان نهر الرون ويسيطر عليها البعوض الذى جعل هذا الاقليم غير مأهول بالسكان أو قليل السكان جدا ، فضـلا عن عدم وجود طرق تؤدى الى هذا الساحل من الداخل وبالتالى كان الساحل منعزلا عن الأرض الخلفية تماما . وكان هذا الاقليم ـ كنتيجة لكل ما تقـدم ـ محروما من المرافق الأساسية من ميـاه شرب وكهرباء وصرف صحى واتصـالات وطـرق . ويفسر كل هـذا ان المدن الرئيسية لهذا الاقليم مثل نيم ومونبلييه وناربون وبيرزييه وبيربيكو كانت مقـامة على مسافة لا تقل عن عشرين كيلو مترا من شـاطىء البحر .

ورغم هذه الحال غير الملائمة فى دولة مثل فرنسا، فقد قامت بعض المشروعات السياحية والترفيهية الصغيرة المتناثرة على الساحل بواسـطة مستثمرين قاموا بتزويد مشروعاتهم باحتياجاتها من المرافق الموضعية .

وكان امام السلطات الفرنسية واجب تخطى كل هذه العقبات أولا وهو عمل لا يمكن نجاحـه الا عن طريق تبنى التخطيط العلمى والتكنولوجيا الحديثة وان تتدخل الدولة فيه تدخلا مباشرا .

اما المرغبات الايجابية للاقليم فكانت تشمل **مناخ البحـر الأبيض المتوسـط المشمس** (٢٢٥٠ ساعة من الشمس الساطعة فى العام ، وحرارة معدلها السـنوى ١٥ه مئوية ومعدلها الصيفى ٢٢ه مئوية ، ومطر لا يزيد معدله السنوى عن ٦٥ ساعة فى الصيف) ، **وأرض خلفية جذابة الطبيعـة ، وثلاثة مطـارات من الدرجة الثانية : وشبكة سكك حديدية جيدة ، وطريق رئيسى من أهـم الطـرق العالميـة** يصل ما بين أسبانيا ودول أوربا الغربية والذى كان يصـل عدد السيارات التى تقطعه جيئة وذهابا حوالى خمسة ملايين سيارة فى سنة ١٩٦٣ .

كان هذا هو الموقف عند بداية المشروع .

١ ـ تأسيس الجهاز اللازم :

ـــ اللجنـة الوزارية .

ـــ شركات الاقتصاد المختلط .

ـــ القطاع الخـاص .

وبمجرد اتخاذ القرار بضرورة تنمية هـذا الاقليم على مسـتوى مجلس الوزراء الفرنسى كان لابد من تحديد طريقة واجراءات التنفيذ .

وكان الاقتناع السائد هو ضرورة تعبئة الجهود الحكومية وغير الحكومية على اعلى مستوى بحيث تشمل اشـتراك وزارات التعمير ، والتخطيط الطبيعى ، والمالية . والداخلية والصحة : والسياحة ، والزراعة وذلك على المستوى المركزى وكذلك المحافظات التى يدخل الاقليم فى اختصاصها على المستوى المحلى . وبدت المشكلة التى تحتاج حـلا منذ البداية هـو كيف يتم توزيع الاختصاص والمسئولية بالنسبة لهذا المشروع بين مختلف هـذه الوزارات والمحليات .

وقد استبعدت فكرة انشاء جهاز ضخم تشارك فيه جميع هـذه الجهات الرسمية المركزية والمحلية حتى لا يزيد هذا من اعباء وتكاليف المشروع وتقـرر الاستعانة بخدمات هذه الوزارات والمحافظات المشتركة فى المشروع ولكن بشكل تخضع فيه لادارة موحدة فكان القرار هو انشـاء ما سمى لأول مرة فى فرنسـا « ادارة مهمة أو ادارة مشروع » .

وصدر قرار بتاريخ ١٨ يونيو سنة ١٩٦٣ بانشاء « المهمة الوزارية المشتركة MISSION INTERMINISTERIEL للادارة السياحية لساحل لانجدوك روسيليون وهى عبارة عن مجلس مؤقت يجتمع دوريا برئاسة مسيو راسين مستشار الدولة ويشمل ممثلين عن خمس وزارات صاحبة أهم اختصاص مباشر فى المشروع مع ممثل للمحافظات الأربع التى يدخل الاقليم فى نطاق اختصاصها . واعتبر القرار الذى يصدر عن هذا الجهاز ملزما للوزارات والمحافظات المشتركة فيها بمعنى ان ممثلى هذه الجهات اعتبروا أصحاب صـوت ملزم لها لا يمكن النكوص عنه . وتم تعيين أمين عام لهذا الجهاز مع امانة مكونة من عـدد صغير من الموظفين الفنيين الاكفاء (لا يزيد عددهم عن عشرين) وتختص هذه الامانة بتنفيذ قرارات مجلس المهمـة (المشروع) .

ولم يكن يتصور ان مثل هـذا المشروع الضخم الذى سيعيد تخطيط وتشكيل الحياة فى مساحة لا تقـل عن ٣٦٠٠ كيلو متر مربع بما لهذا من اثار بعيدة المدى على سكان هـذا الاقليم (القليلين) دون مسـاهمة فعالة من السلطات المحلية وممثليها . وفضـلا عن ذلك فان صعوبة المشروع وتركيبه المعقد اوجب تجـزئته فى التنفيذ الى مراحل جغرافية وزمنية ، ولهذا فقد تم انشاء شركات ذات اقتصاد مختلط (شركات مشتركة بين القطاعين العـام والخـاص) فى كل محافظة من المحافظات الأربع المعنية بهذا المشروع ، وكذلك فقد تم اشـتراك غرفة التجارة والصناعة وغرفة الزراعة وغرفة الصناعات البيئية بكل من هذه المحافظات .

واخيرا كان لابد من تحديد دور القطاع الخاص مع الوضـع فى الاعتبار ان طبيعة هذه العملية التخطيطية والانمائية الضخمة يجب أن تسـودها اقتصـاديات السوق لكى يمكن ضمان نجاحها فى دولة كفرنسا .

وعلى هذا فانه يمكن تحديد الوظائف المتتابعة والمرتبطة لكل مشارك فى هذا المشروع على النحو الآتى :

— **الدولة** : ومسئوليتها تنحصر فى تزويد الاقليم بالمرافـــق الأساسية اللازمة للسـيـاحة .

— **شركات التنمية المحلية** : وتكون مســئولة عن تزويد الاقليم بالمرافق الثانوية أو المســاعدة .

— **القطاع الخاص** : ويكون مســئولا عن التشـــييد والتســويق .

٢ — تخطيط المشروع :

— جهـاز التنميـــة :

— خطة التنمية الاقليمية :

كان أول عمل يجب القيام به خطــة شاملة ، وتنفيذ أعمال المسح المبدئيــة والحصول على الأرض اللازمة لاتمام المشروع بالكامل .

وهذه المرحلة الأولى تم تنفيذها خلال الفترة بين ١٩٦٣ و١٩٦٥ . وقد عهد بالتخطيط الى فـــريق من ثمانية مخططين استشاريين تحت اشراف الجهاز — مختارين على أساس مباشر — والذين قاموا معا بتأسيس مكتب لتنمية لانجدوك روسيليون سمى بجهاز التنمية العمرانية لاقليم لانجدوك روسيليون .

وكانت نتيجة هــذه الدراسات بعد ان راجعتها وعدلت فيها « المهمة الوزارية المشتركة » ان ادرجت هذه الخطة الاقليمية السياحية فى خطــة تنمية الاقليم التى اعتمدت بالقــرار الصادر فى ٢٦ مارس ١٩٦٤ .

وكانت أهداف هــذه الخطة كما يلى :

— تزويد الساحل البالغ طوله ١٨٠ كيلو مترا مربعا بمشروعات سياحية واقتصادية متوازنة ومتناسقة تستجيب للاحتياجات المعاصرة والمتطورة فى المستقبل .

— ضمان التباين المحلى بين مختلف مناطق الاقليم عن طريق الحفاظ على الجمال الطبيعى والتراث التاريخى .

— خلق وحدات اقتصادية كبيرة الحجم تتسع لكى يقضى فيها السائحون أجازاتهم مع تنوع مستويات ونوعيات الخدمات والتسهيلات فيها .

— اعطاء ساحل لانجدوك روسيليون طابعا سياحيا متميزا يظهر اختلافه عن ويعمق منافسته مع المناطق السياحية المشابهة فى فرنسا وفى الخارج .

— المساهمة فى الرفاهية الاقتصادية للاقليم وتنمية التوطن فيه .

— ضمان التوقيت الصحيح للاستثمار والتمويل .

وقد دعا تنفيذ هذه المبادىء والأهداف الى خلق كيان جديد مبنى على فكرة الوحدة السياحية المتكاملة . والوحدة السياحية المتكاملة هى منشأ سياحى واقتصادى موحد يتميز بأن حجمه التشغيلى يضمن خدمات عالية المستوى على مدار العام لازمة للتشغيل الاقتصادى للمنتجعات السياحية الساحلية القائمة أو الجديدة والتى تربط بين بعضها البعض شبكة من المرافق الأساسية الحديثة . وبهذا المفهوم تقرر انشاء ست وحدات سياحية تنتشر على الشريط الساحلى البالغ طوله ١٨٠ كيلو مترا . وتتوفر فى هذه الوحدات المعايير الآتية :

- اطرجغرافية متناسقة .
- بيئة جغرافية سياسية موحدة موجهة لخدمة المدن الساحلية القريبة .
- امكانات لخلق مجموعة من الوحدات السياحية المتنوعة التصميم المعمارى والتى تقدم خدمات متعددة المستويات والأسعار بما يتناسب مع مختلف الأذواق والدخول .

والوحدة السياحية تصمم لكى تستوعب وتخدم عددا من الزائرين يتراوح بين مائة الف ومائة وعشرين الفا ، وهى تتكون من عدد من المشروعات السياحية الصغيرة كاملة المرافق العامة (الأساسية) والداخلية بحيث تستجيب لمطالب مستوى الخدمات وانواعها ومستوى البيئة التى تقدم للزائرين الجديد فى المظهر وفى التصميم وفى الراحة وهى الخصائص التى لا تتوفر دون هذا المشروع .

وقد حددت الطاقة الاستيعابية للوحدات السياحية الست نتيجة دراسة علمية واعية للشواطىء واتساعها ومساحة الأراضى المسموح ببنائها والمساحات الترفيهية الطبيعية والممكن ايجادها مثل البحيرات والانهار وغير ذلك .

وقد اعتمد كمعدل نهائى لهذه الطاقة الاستيعابية ٧٣٠ مستحما لكل هكتار (١٠٫٠٠٠ متر مربع) من المساحة الشاطئية اى حوالى ١٣٫٧ متر مربع من الشاطىء لكل فرد ، مع الاعتبار ان عرض الشاطىء لا يزيد فى فرنسا عادة عن خمسين مترا وان استخدام الشواطىء قاصر على نسبة ثلثى الزائرين فى اى وقت خلال النهار على مدار شهور الصيف .

وبقصد الحفاظ على المستوى العالى لهذه المراكز الصيفية والمريح لاستحمام الزائرين ، فقد اقتصر على كثافة بنائية قدرها مائة سرير لكل هكتار من الأرض .

٣ — الوحدات السياحية :

وهذه الوحدات السياحة الممتدة على الساحل البالغ طوله ١٨٠ كم هى :

(أ) جراند موت / كارنون Grande Motte

وتتكون من المنتجعات السياحية القائمة جراند دى روا ، كارنون ، وبالافاس والتى يتجمع فيها حوالى ٣٥ الف سرير بالاضافة الى المنتجع السياحى الجديد

جراند موت ويتسع لعـدد ٤٢ ألف سرير مع مركزين مكملين هما ميناء كمارج وبه ١٢ ألف سرير وامتداد كارنوكس وبه سبعة آلاف سرير ، (فيكون مجموع الطاقة الاستيعابية لهذه الوحدة ٩٦ ألف سرير) .

(ب) كاب داجـد Cap di Agde

ويشمل المنتجعات السياحية الصغيرة القديمة شاطىء مارسيلان ، وجراو داجد روشيلوج ، وتماريسيير وبها ثلاثون ألف سرير بالاضافة الى المنتجع السياحى الجديد المخطط كاب داجد وطاقته ستون ألف سرير ، (فيكون مجموع الطاقة الاستيعابية لهذه الوحدة تسعين ألف سرير) .

(جـ) استوارى دى لوب Estuari de Laube

وتضم ٢٠ الف سرير الكائنة بشاطىء فالراس بالاضافة الى ستين ألف سرير فى المنتجع الجديد ، (فيكون المجموع ثمانين ألف سرير) .

(د) جرويسـان Gruissant

وتضم المنتجعات القائمة سان بيير وشاطىء ناربون وبهما حوالى عشرين ألف سرير بالاضافة الى المنتجع السياحى الجديد جرويسان وطاقته الاستيعابية ستون الف سرير ، (فيكون المجموع حوالى ثمانين ألف سرير) .

(هـ) ليكات باركاريس Leucate Baccares

وتتكون من المراكز السياحية القائمة فرانكوى وشاطىء ليكات وباكاريس وبها حوالى ١٥ ألف سرير بالاضافة الى المنتجعات السياحية المخططة الجديدة ميناء ليكات وميناء باكاريس واللذان تستوعبان عند الانتهاء منهما ٧٣ ألف سرير ، (فيكون المجموع حوالى ٨٨ ألف سرير) .

(و) كانية سانت سيبران ارجيليس :

وتبلغ طاقتها الحالية سبعين ألف سرير يمكن مدها الى ١٣٠ ألف سرير . ولا تشمل الخطة اية اضافات اليها ماعدا امتداد شاطىء سانت سيبران بانشاء ١٢ ألف سرير يقوم بتنفيذها بنك الودائع دون مساعدة من الدولة .

وتتخلل هذه الوحدات السياحية امتدادات ارضية كبيرة غير مبنية يتم المحافظة على خصائصها الطبيعية واطرها النباتية والحيوانية حتى تكون بمثابة عناصر جذب سياحى لزائرى الاقليم .

وعلى ذلك تكون الخطة بمثابة اتجاه شامل يستوعب كل اقليم الشريط الساحلى يحدد الاهداف البنائية ، والمناطق الزراعية والصناعية ويحمى الطبيعة كما هى بعد القضاء على سلبياتها بردم المستنقعات والقضاء تماما على البعوض واعادة

التشجير ، وبوجه عام تتغيا الخطة خدمة قضاء أوقات فراغ الانسان فى بقعة طبيعية متميزة بطابع خاص .

وتلخيصا لما سبق فأن تنميه اقليم لانجدوك روسيليون تهدف الى رفع الطاقة الاستيعابية السياحية من مائتى الف سرير الى سبعمائة ألف سرير تقريبا .

(أى تساوى تقريبا الطاقة الاستيعابية السياحية للكوت دازور) بحيث يمكن لها استقبالى ٣ ملايين زائر فى العام .

٤ ــ الجانب التطبيقى فى الخطة :

ذكرنا فيما سبق ان خطة تنمية مشروع لانجدوك روسيليون كنموذج للتخطيط السياحى الاقليمى قد تضمنت عدة عمليات متتابعة تمثل اطار عمل من جانب الدولة ، ومن شركات التنمية ذات الاقتصاد المختلط ، ومن القطاع الخاص . وان كل طرف من هذه الاطراف الثلاثة كان له دوره المحدد وموارد تمويله .

وقد قامت الدولة ــ فى شخص المهمة الوزارية ــ كسلطة مسئولة عن التخطيط الشامل والرقابة والاشراف بما يلى :

ــ تقديم الارض سواء المملوكة لها أو للسلطات المحليــة أو للقطاع الخــاص (عن طريق الشراء) .
ــ بناء الطرق الرئيسية والطرق المتفرعة داخل الارض المخصصة للمشروع .
ــ تزويد المشروع بمياه الشرب .
ــ انشاء الموانى الترفيهية .
ــ اعادة التشجير وردم المستنقعات .
ــ القضاء على البعوض .

وقد ادرجت الاستثمارات اللازمة لكل ذلك فى موازنة الدولة . وقد بلغت هذه الاستثمارات فى الخمس سنوات الاولى (١٩٦٦ ــ ١٩٧٠) خمسمائة مليون فرنك فرنسى وفى الثلاث سنوات التالية (١٩٧١ ــ ١٩٧٣) ثلاثمائة وخمسين مليون فرنك.

وقد تطلب بناء المنتجعات السياحية الجــديدة شراء اربعــة الاف هكتار من القطاع الخاص بمبلغ مائة مليون فرنك أى بواقع ٢٥ الف فرنك للهكتار من الأرض . وكانت القاعدة فى الحصول على هذه الاراضى المطلوبة للمشروع الشراء بالوســائل الودية فى حين كان استخدام حق الدولة فى نزع الملكية هو الاستثناء . وكانت هــذه الارض بوجه عام لا تزرع .

ورغبة فى تفادى المضاربة فى اسعار الاراضى بعــد الاعلان عن المشروع ، فقــد اتخذت الدولة الخطوات اللازمة للشراء فى مرحلة سابقة على الاعلان عن اتجاه الدولة الى تنفيذ خطة التنمية السياحية للاقليم ، واية ذلك أنه تم شراء ١٢٥٠ هكتار قبل

انشاء جهاز المهمة الوزارية للمشروع عن طريق طرف ثالث . وقد استخدم سعر الشراء لهذه المساحة كمعيار .

وفى مرحله ثانية استخدمت الدولة طريقين قانونيين :

— تقرير المنفعة العامة لباقى الأراضى المطلوبة للمشروع ، وقد سمح ذلك بشراء غالبية هذه الاراضى بالطرق الودية بالسعر السابق والحصول على الباقى عن طريق نزع الملكية مقابل التعويض بنفس السعر .

— اعلان حجز الاراضى المحيطة بالمشروع للتنمية ، كأسلوب لاقامة حزام عازل يحمى هذه الاراضى من تدخل المضاربين فى تنفيذ الخطة عن طريق الانشاءات العشوائية على مداخل المنتجعات السياحية الجديدة . وتطبيقا لذلك ووفقا للقانون الفرنسى فان أى تصرف بالبيع فى الارض يجب ان يبلغ للدولة أولا ويكون لها فى هذه الحالة الخيار الأول فى الشراء . فاذا رفضت الدولة عرض مالك الارض ، فانه يكون بالخيار بين أن يلغى فكرة البيع كلية وبين ان يقبل البيع بالسعر الذى يحدده خبير مثمن حكومى كما هو الحال المتبع فى اجراءات نزع الملكية للمنفعة العامة فى فرنسا . ولقد اشترت الدولة طبقا لهذه الاجراءات حوالى ٢٥ الف هكتار من الاراضى .

وتشمل شبكة الطرق المتعلقة بهذا المشروع عدة طرق سريعة تتصل بالطريق الاقليمى الرئيسى تحت الانشاء بين وادى نهر الرون وبين اسبانيا وبوردو . وهذه الطرق السريعة تصل بين الوحدات السياحية المختلفة دون المرور بمراكزها الداخلية. أما الوصول الى داخل كل منتجع سياحى فيكون عن طريق طرق تحويلية فرعية الى مراكز تجمع السيارات ووسائل النقل حتى يخف ضغط حركة المرور عن داخل كل منتجع سياحى . هذا ولم تعالج الطرق من وجهة نظر كونها سبيلا للمواصلات فحسب وانما صممت شبكتها لتجمع بين الجوانب الوظيفية والجمالية والبشرية عن طريق فريق تخطيطى موحد يضم المهندس المدنى والمهندس المعمارى وخبير التنسيق الجمالى ولذلك فقد خططت الطرق بشكل يشعر السائحين منذ دخولهم فيها انهم فى الطريق الى بيئة سياحية ترفيهية لقضاء اجازة سعيدة فى منطقة بانورامية بعيدة عن التلوث ومحاطة بالمناطق الخضراء .

وقد تكلفت شبكة الطرق والاتصالات لهذا المشروع حوالى ٢٥٠ مليون فرنك فرنسى شاملة كافة الاعمال المدنية والهندسية والتخطيطية والجمالية .

أما مياه الشرب وكانت مشكلة رئيسية من مشاكل اقليم لانجدوك روسيليون ، فقد اشتمل التخطيط على شق فرع لنهر الرون وحفر آبار جديدة فى وادى روسيليون مما ترتب عليه ايجاد مصادر مياه تضمن امداد السائح بمتوسط ٣٥٠ — ٤٠٠ لتر مياه يوميا صيفا بالاضافة الى مائة وخمسين لتر مياه للزراعة . وقد تكلفت مشروعات المياه ٢٤ مليون فرنك .

أما بالنسبة للمرافىء الترفيهية (المارينا) فلم تكن موجودة فى الاقليم قبل وضع خطة التنمية السياحية لمشروع لانجدوك روسيليون بل كان الساحل كله من مرسيليا الى البيرينيه خاليا منها الا ثلاث موان تجارية هى تيت — بورلا نوفيل — بورت فندريس ، وكانت التجهيزات المعاونة لرياضة الشراع أو رياضة اليخوت والرياضات المائية بوجه عام بدائية وكانت اليخوت القليلة العدد الموجودة فى ذلك الوقت تتخذ مرفأ لها فى الانهار وكان بعضها صعب الوصول اليه .

ولذلك فقد اخذ تخطيط استخدامات الارض فى اعتباره ايجاد مرافىء ترفيهية تتسع لعدد كبير من اليخوت والقوارب السريعة والتى اصبحت هواية منتشرة فى فرنسا وفى غرب أوربا . واعتمد كمعدل قارب واحد لكل ٢٥٠ من سكان الاقليم او السائحين وهو معدل أقل بكثير من المعدل السائد فى الولايات المتحدة وهو ١ : ٢٥ . ولذلك فقد تضمن التخطيط أنشاء عشرين مرفأ ترفيهيا أو مارينا سياحيا فى اقليم لانجدوك روسيليون تتسع عند اكتمالها الى ١٥ الف يخت وقارب سريع ، وتفاصيلها كالاتى :

— سبعة مرافىء ترفيهية يتسع كل منها لعدد من اليخوت يتراوح بين الف والفين من ذوى الغاطس الذى يزيد عن ثلاثة أمتار وبها ورش كاملة للاصلاح والصيانة وكافة التجهيزات وقطع الغيار .

— ثلاثة عشر مرفأ صغيرا يتسع كل منها لعدد من اليخوت من ٤٠٠ الى ٨٠٠ من ذوى الغاطس الذى يتراوح بين مترين ونصف وثلاثة امتار ويشمل كافة الخدمات والتسهيلات المشار اليها فيما سبق .

وقد روعى الا تزيد المسافة بين كل مرفأ وما يليه عن عشرة اميال بحرية لضمان السلامة فى حالة المناخ السيىء . وفضلا عن ذلك يجب الا ينشأ المرفأ الا فى بقعة تسمح طبوغرافيتها بسهولة التشييد بتكلفة معقولة ، وان يخطط المرفأ بشكل يعتبر به عنصر جذب سياحى ومحور تنمية اقتصادية للمنطقة التى يقع فيها . وقد تكلف انشاء هذه المرافىء حوالى مائة مليون فرنك .

وقد أنشئت وحدة أبحاث بحرية كجزء من برنامج تنفيذ الخطة لاجراء الدراسات الدائمة للترسيب والنحر واتجاهات الريح والمد والجزر .. الخ .

برنامج التنفيذ لشركات الاقتصاد المختلط :

وبعد أن وضع برنامج تنفيذى يمثل مراحل التنفيذ فى مختلف المراكز أو المنتجعات السياحية الست ، بدات شركات الاقتصاد المختلط فى الظهور فى الصورة ، وتركزت وظيفتها فى تنمية وتحسين المواقع التى نقلت اليها من الدولة ثم بيع هذه المواقع الى القطاع الخاص . ومثال ذلك تزويد المناطق المختلفة بمنافذ توزيع الطعام والشراب ، والمناطق الخضراء ، والمناطق السياحية والترفيهية العامة والخدمات

المختلفة وفقا للخطة الموضوعة والتى تشترك فيها المحليات التى تقع هـذه المناطق فى اختصاصها .

وقد تم تمويل كل هذه العملية عن طريق قروض قصيرة الاجل من بنك الودائع والبنك الوطنى للتنمية العمرانية والعقارية بسعر فائدة فى حدود ٣ ٪ سنويا فقط . وتلقت كل شركة ذات اقتصاد مختلط قرضا بلغ حوالى ٤٠ مليون فرنك على مراحل تقدم العمـل .

ورغم ان هذه الشركات لم تكن تهدف الى الكسب ، فانها كانت ملتزمة خلال مدة حياتها (١٢ سنة فقط) الى ان تعادل ايرادتها ومصروفاتها بصورة لا يتخلف عنها خسارة علما بأن تكليف هذه الشركات حملت على ثمن الأرض والتى تباع بعد ذلك للقطاع الخاص لاســـتغلالها .

وقد بيعت المواقع التى تم تحسينها بواسطة هذه الشركات الى القطاع الخاص مع مواصفات استخدام كل موقع . ففى بعض المواقع تبنى مساكن خاصة (فيلات) فقط وفى بعضها عمارات سكنية ، وفى مواقع اخرى مكاتب وفى مواقع أخرى فنادق وفى مواقع أحرى مراكز اجازات باختلاف أنواعها . وبالاضافة الى ذلك قيدت هذه المواصفات مستثمرى القطاع الخاص والمقاولين بشـكل البناء وارتفاعه والكثافة البنائية ولـون البياض الخارجى ومسـاحة مواقف السـيارات والجراجات بل ومواصفات الاساسات . وقد قدرت اسـعار البيع للقطاع الخاص على اسـاس المساحة البنائية الاستغلالية وليس المساحة الكلية للارض وكان سعر المتر المربع يتراوح بين ١٨٠ و ٢٠٠ فرنك .

خاتمـــة :

هذه هى الخطوات العامة لتخطيط مشروع لانجدوك روسيليون . ويلاحظ أنه كان تخطيطا شاملا تفصيليا نجح فيه الفرنسيون نجاحا أصبح مضرب الأمثال فى مجال التخطيط السياحى ، وذلك لضخامة حجم المشروع كأكبر مشروع تخطيط سياحى اقليمى فى أوربا ، ولاشـتمال التخطيط على كافة التفاصـيل التى اعتبرت مقومات أسـاسية لنجـاحه .



الباب الواحد والعشرون

تخطيط ساحل البحر الادرياتيكى بيوجوسلافيا

١ ـ مقدمة :

لاشك أنه حدث تطور كبير فى يوجوسلافيا بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وجهته الدولة بوجه عام فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية . الا ان هذه التنمية لم تحدث بصورة آنية وبشكل متوازن فى جميع انحاء الدولة نتيجة اسباب عديدة منها تباين الظروف الاجتماعية والأوضاع الاقتصادية فى مختلف اقاليم الدولة ولأن الهدف الأساسى من خطة التنمية الشاملة هو استحداث انماط متناسقة من التنمية فى الدولة ككل ، فان التدابير اللازمة لتحسين أوضاع الاقاليم الأقل حظا من التنمية كانت تتخذ بصورة أسرع فى هذه الاقاليم .

وهذه الظروف المتغايرة والامكانات المتعددة ومستويات التنمية المتفاوتة جعلت السواحل اليوجوسلافية على البحر الادرياتيكى مختلفة المستوى بشكل واضح فتشمل مناطق بلغت من التنمية والتقدم شأنا كبيرا ومناطق لاتزال تنميتها فى اطوارها البدائية . فالساحل الجنوبى ليوجوسلافيا يعتبر بوجه عام أقل اقاليم الدولةحظا من التنمية ، كما أن الأرض الخلفية المتاخمة للساحل الجنوبى أقل حظا من التنمية من المنطقة الساحلية ذاتها . ولذلك استهدفت سياسة تنمية الشواطىء اليوجوسلافية رفع المستوى الاقتصادى للجمهوريات (الولايات) الاجنوبية المتاخمة للبحر الادرياتيكى على أساس تعميم الاستفادة من حركة النقل البحرى للاشخاص والبضائع وما يقوم عليها من صناعات مساعدة وعدم تركيزها فى مواقع محدودة على الساحل كما كان الحال ، خاصة وان يوجوسلافيا تقع على الطريق الرئيسى للحركة السياحية فى البحر المتوسط . وغير خاف ان الدول الاوروبية الواقعة على البحر الابيض المتوسط تستأثر بنسبة تصل الى حوالى ٩٠٪ من حركة السياحة فى هذه المنطقة وحوالى ٦٠٪ من حركة السياحة فى أوربا . وقد أصبح العمل على سرعة تنمية هذه الاقاليم الساحلية اليوجوسلافية واجبا بعد اتمام بناء الطريق الرئيسى الساحلى وامرا ميسورا بانشاء انماط متعددة من الانشاءات والتسهيلات السياحية بما يتجاوب مع اتجاهات الطلب السياحى السريع الخطى .

ولا شك أن السلطات الحكومية اليوجوسلافية ومخططى مشروع تنيمة الاقاليم الساحلية الجنوبية ليوجوسلافيا كانوا متنبهين الى خطورة النمو العشوائى غير

المخطط ، والي المزايا الاقتصادية الكبيرة والتي يمكن أن تترتب على زيادة الحركة السياحية الى هذه الاقاليم ، لذلك فقد لجأت الحكومة اليوجوسلافية الى برنامج المعونة بالامم المتحدة لمساعدتها في اعداد وتمويل خطة طويلة الامد للتنمية السياحية لاقليم جنوب الادرياتيكي فوافق مجلس ادارة برنامج المعونة للامم المتحدة على المشروع في يناير ١٩٦٧ وبدأ العمل بواسطة فريق مكون من خبراء ست دول أوروبية في تحضير واعداد الخطة . واكتمل مشروع تنمية الاقاليم الجنوبية للادرياتيكي في سنة ١٩٦٩ ، كما امتد العمل بعد ذلك الي اقاليم شمال الادرياتيكي كاستمرار منطقى للمشروع الأول ، واكتمل هذا المشروع الأخير سنة ١٩٧٢ وبذلك أصبح الساحل اليوجوسلافى الادرياتيكي كامل التنمية السياحية من الحدود النمساوية في الشمال الى الحدود الالبانية في الجنوب شاملا الجزء اليوجوسلافى من جبال الألب .

٢ ــ اهداف المشروع :

استهدفت خطط التنمية السياحية لاقاليم البحر الادرياتيكي تنسيق امكانات التنمية للوصول الى تنمية اقتصادية واجتماعية متوازنة لجميع الاقاليم بغية افادة المواطنين اليوجوسلافيين فيها والمجتمع بوجه عام .

ووضعا لهذا الهدف في الاعتبار فان العمل في وضع التخطيط المطلوب لهذه الاقاليم تأسس على أن مختلف النشاطات فيها يجب ان تنسق بشكل تتكامل به هذه الاقاليم الداخلة في المشروع مع باقى أقاليم يوجوسلافيا الاكثر حظا من التنمية . وكانت أهداف التخطيط الطبيعي كما يلي :

— تحديد المناطق كوحدات اقتصادية اجتماعية تعتبر بها محاور تنمية وتحديد الآثار التى يمكن أن ترتبها التنمية على مناطق الارض الخلفية الاقل حظا من التنمية .

— وضع هياكل النشاطات الاقتصادية والاجتماعية في الاقليم المخطط بكامله على خرائط وتحديد وتنسيق تفاعل هذه النشاطات طبيعيا اقليميا واقتصاديا في اطار تنمية شاملة طويلة المدى للاقليم مع برمجة التنفيذ على مراحل .

— تحديد الدور الذى تقوم به السياحة بنوعيها الدولية والداخلية كعامل من عوامل التنمية ، ووضع اطار يحدد مداها كما وكيفا وهياكلها وخصائصها .

— ضمان توزيع وظيفى عادل للتجهيزات والتسهيلات والانشاءات على أساس الخصائص الطبيعية للاقليم وما به من موارد متاحة مع الاخذ في الاعتبار حماية البيئة الطبيعية بكاملها .

- انشاء مستوطنات بشرية بهياكلها الاقتصادية والاجتماعية والسياحية بصورة تتناسب مع الاهداف السابقة وتساعد على رفع مستوى معيشة السكان .

٣ - الخصائص المحددة لاقليم المشروع :

ان الخصيصة الرئيسية المحددة لقيمة اقليم أو أقاليم المشروع هو انه متاخم للبحر بواجهة تمتد لمئات الكيلومترات ويتغلغل فى ذات الوقت الى الداخل بحيث يربط بين البحر ووسط اوربا . ولعل هذه الخصيصة الطبيعية هى السبب الرئيسى لزيادة السائحين ليوجوسلافيا ، وتخلق فى ذات الوقت ظروفا مواتية لتنمية الاقتصاد للاقليم الذى يتفاعل بدوره مع السياحة كمورد اقتصادى هام ليوجوسلافيا .

وينقسم الاقليم موضوع التخطيط - جغرافيا - الى ثلاث مناطق :-

- الجزر من مختلف المساحات وتتمثل فيها جميع الظروف المناخية والجغرافية السائدة فى حوض البحر الأبيض المتوسط .
- الشريط الساحلى والذى يمتد بين البحر والجبال فى الداخل ويتسع أحيانا لمناطق زراعية كبيرة .
- الجبال التى تتغلغل فى الأرض الخلفية لمسافة ١٠٢ كيلو مترا أحيانا وتمتد بمحاذاة الساحل الادرياتيكى . ويبلغ ارتفاع بعض قمم هذه الجبال ٢٨٠٠ متر .

وهذه الطبيعة الجغرافية المتباينة للاقليم تتبلور فى ثلاثة أنواع من المناخ (مناخ البحر الابيض ومناخ اوروبى ومناخ منطقة جبال الالب) .

اما الشريط الساحلى فهو بذاته يضم انواعا من الشواطى المختلفة الطبيعية والوانا من اللاندسكيب تنفى عنه صفة الرتابة وتضفى عليه جذبا طبيعيا وبخاصة اذا اضيف اليه التراث الحضارى المتمثل فى المستوطنات والقرى القائمة والتقاليد والعادات الأوروبية الغربية والشرقية والاسلامية (فى الجنوب) فضلا عن الصناعات البيئية المتميزة .

٤ - خصائص الخطط وهياكلها :

ظهرت الحاجة الى اعداد خطة اقليمية شاملة للتنمية السياحية فى اقليم البحر الادرياتيكى لتأكيد المعنى الذى قلناه آنفا من أن التخطيط الطبيعى هو الطريق الوحيد لضمان تحقيق تنمية متوازية اقتصادية واجتماعية .

وحتى تكون الخطط فعالة ، كان لابد من تغطية مستويات ثلاثة تتطلب دراسات الخطط الاقليمية ، ودراسات الخطة الشاملة الرئيسية ، ودراسات الخطط التفصيلية .

ـ **فدراسات الخطط الاقليمية الطبيعية** تغطى مساحة خمسين الف كيلوم مربع ممتدة من الحدود النمساوية فى الشمال وتشتمل على اجـــزاء تدخل فى ار جمهوريات يوجوسلافيه ، وتســعة وثمانين مجتمعا محليا Commune يعيش فى حوالى مليونين وثلاثمائة الف مواطن .

هذه الدراسات التخطيطية الاقليمية تعطى مؤشرات عامة وخطوط ارشـاد لاستراتيجية التنمية فى الاقليم بالكامل شـاملة مبادئ اســتخدامات الاراضى واتجاهات وحدود التنمية عن طريق النشاطات الاقتصـــادية (الانتاجيــة) و الاقتصادية ، الأنواع المختلفة للمواصلات والنقل وغير ذلك من المرافق الأساسية واخيرا شبكة المستوطنات البشرية مع تحديد لحجم المد الســـكانى الى الاقليم المستقبل . اما دور السياحة وانماطها وتراكيبها الهيكلية فيظهر فى هذه الدراسا محددا حسب المكان والمنطقة داخل اقليم الدراسة .

ـ اما دراسات الخطة الشاملة الرئيسية فقد تمت بشأن خمس مدن مختل وجزيرتين مع تحديد نقطــة ارتكاز رئيســية تمثل محور الجذب الانمائى فى الاقل Zone of gravitation والفارق بين هذا المستوى من الدراسات والمستو الاقليمى السابق ان السياحة تظهر هنا كمحور رئيسى للتنمية فى حين انه فى مستو الدراسات الاقليمية تعتبر الســياحة مجـرد قطاع من قطاعات التنمية الاقليم المتاحة .

فالسياحة فى هذا المستوى الشامل من الدراسات والخطط تعتبر هى نقطـ الارتكاز التى تتطلب الالتفات الى تحليل معطياتها الرئيســـية فى الاقليم ومشـاك ومعوقات تنميتها لوضع الحلول المختلفة لها . وبالتالى فان اهداف الخطة الشـام الرئيسية للاقليم تستمد من الخصائص السائدة فى كل منطقة وفى ذات الوقت تستن الى ما تم من دراســات اقليمية باعتبارها الاطار العام لها . وكنتيجة للتفاعل بي الظروف الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية فان هذه الخطة الرئيســية الشــام تعتبر بدورها اطارا تستند اليه الخطط التفصيلية .

ـ **دراسات الخطط التفصيلية** وقد وضعت لعدد ٤٣ موقعا سـياحيا تقر اقامتها فى الاقليم موضوع التخطيط بالاضافة الى مدينتين . وشملت هذه الدراسات الاسواق السياحية الخارجية المحتملة طبقا لانماط السياحة التى وردت فى خطـ السياحة الشاملة الرئيسية مع التنبؤات الاحصائية للطلب السياحى المســتقب على المواقع المختارة . وكمرحلة نهائية اعدت مخططات عامة وتصميمات كاملة للمواق مع دراسات جدوى مبدئية (ما قبل الاستثمار) لكل موقع سياحى متضمنة مختلف المقومات والأنواع من وسائل الاقامة والنشاطات الترفيهية والتجارية اللازمة .

هذا التتابع بين المراحل الثلاث المتداخلة من عملية التخطيط استخدمات كادوات مفيدة للحكم على مستقبل السياحة فى الاقليم موضوع التخطيط بحيث يمكن للمستثمرين بعد ذلك الاستفادة من هذه الدراسات بانواعها لوضع دراسات الجدوى الكاملة لمشروعاتهم بحيث تخرج هذه الدراسات اكثر دقة فى بيان المستقبل الاقتصادى لكل مشروع .

٥ ــ التصور الاقليمى للتنمية السياحية :

قامت خطط التنمية السياحية فى اقليم البحر الادرياتيكى على اعتبار اساسى هو ضرورة استثمار كافة العناصر الايجابية التى تصلح للجذب السياحى لهذا الاقليم بدءا من تحليل دوافع السائحين اليه الى ما يجب أن يزود به الاقليم من عناصر جذب ومرغبات سياحية اضافية بتعبئة كافة الموارد والخدمات المتاحة أو الممكنة فى الاقليم مع كثير من الخيال الخصب والتصور العلمى .

فالسياحة هى القاسم المشترك وفى بعض الاحيان النشاط الوحيد فى مختلف اجزاء اقليم ساحل البحر الادرياتيكى . وتتأكد اهمية السياحة من واقع ان التوزيع المكانى لسائر النشاطات الاقتصادية (الصناعة والزراعة والتجارة البحرية) كان متنافرا وغير منظم . ورغم ان السياحة كنشاط تستخدم ٣٠٪ من القوة العاملة فى الاقليم من بينها نسبة ١٨ ٪ عماله دائمة ، فانها لا تزال تعتبر القوة الاقتصادية الوحيدة المتماسكة فى هذا الاقليم . ولهذا فان خطط التنمية الاقتصادية للاقليم يجب ان تبنى بصورة اساسية على النشاط السياحى . ومع ذلك لم يكن فى اعتبار المخططين الاكتفاء بالسياحة كمحور للتنمية الاقليمية لكى يتفادى خطورة الاعتماد على العنصر الاقتصادى الوحيد للتنمية . لذلك فقد امتد التخطيط الى نشاطات جانبية كثيرة اهمها الصناعات الغذائية وصناعة الأثاث ومعدات وتجهيزات الفنادق وغير ذلك كثير مما يستلزمه النشاط السياحى فى ذات الاقليم موضوع الخطة او فى المناطق الاخرى المجاورة . هذه الى جانب النشاطات البحرية والزراعية .

وهذا التنوع فى النشاط الاقتصادى من شانه توسيع القاعدة وزيادة احتمالات رفع مستوى المعيشة فى الاقليم والقضاء على مشاكل موسمية العمالة فى صناعة السياحة .

مدى وحجم التنمية السياحية على المدى الطويل :

بنيت المرحلة الاولى فى تخطيط التنمية السياحية للاجل الطويل على الامكانات والموارد الطبيعية ، ولكن سرعان ما تبين عدم كفاية المعلومات المجمعة لوضع سياسة تنمية اقتصادية كافية ، ولذلك فقد اعيد النظر فى النتائج على ضوء مؤشرات أخرى

قد تؤدى الى تحديد مدى وحجم التنمية مثل مشاكل مياه الشرب ، والعمالة ، والنقل وغير ذلك والتى اعتبرت من المشكلات الصعبة فى بعض المناطق وفى بعض الجزر بوجه خاص .

ويبنى تخطيط العرض السياحى على عنصر أساسى هو طاقة محال الاقامة والتى تعتبر من الناحية الاقتصادية (الدخل بالعملات الحرة : الاستثمار والعمالة) العمود الفقرى للتنمية السياحية . اما غير ذلك من عناصر العرض السياحى فهى تتبع تخطيطها طاقة وهياكل محال الاقامة وتتحرك معها . ومن المعلوم انه قبل تخطيط طاقة الاقامة يتعين تقييم الخصائص الكمية والكيفية للطلب السياحى المستقبل . وبافتراض ظروف سياسية مستقرة وسلام شامل ، فان امكانات السوق السياحى يمكن ان تتزايد بما يؤدى الى توسيع قاعدة التنمية السياحية فى الاقليم محل التخطيط بشرط الا يتصادم النشاط السياحى مع غيره من النشاطات فيه ، وان يكون هناك استخدام أمثل للأرض وحماية كافية للبيئة .

وبهذا يمكن القول بانه اذا خضعت خصائص وموارد الاقليم لاستخدام عقلانى رشيد واذا وضعت اتجاهات السياحة العالمية فى الاعتبار ، فان التنمية السياحية فى ساحل البحر الادرياتيكى لن تتأثر سلبيا بسبب نقص فى الطلب .

وتحديد الطاقة المثلى للساحل يبنى على مايلى :

— المساحة الشاطئية التى تخصص لكل مستحم — وتقدر بحوالى ثمانية امتار مربعة — وقد تختلف زيادة أو نقصا حسب طبيعة الساحل واتساع الشاطىء .

— ان نسبة من يتواجدون على الشاطىء فى اى وقت خلال موسم الذروة لا يزيد عن مائة من كل مائة وأربعين فردا أى نسبة ٧١٫٥٪ .

— الاخذ بالتخطيط كعملية مستمرة لا تقف عند وقت أو حد معين .

وخطة التنمية الطويلة الاجل (حتى سنة ٢٠٠٠) تعتبر وثيقة فنية تعطى مؤشرات تمثل الحد الامثل لاستخدام البيئة والموارد المختلفة . ولذلك فانه يجب النظر اليها كاطار عام يوجب مرونة التقيد بها فى حدود انها تضع الحدود القصوى لاستخدام المساحات الارضية حتى يمكن تفادى اخطار التنمية العشوائية التى تقوم عادة فى غيبة من التخطيط العلمى وعلى أساس طاقات زائدة تؤدى الى تدهور كامل فى الموارد والبيئة .

اما سرعة تنفيذ الخطة فتتوقف على معدل الاستثمار وهياكله فى مراحل التنمية المختلفة ، وفى ذات الوقت فان المراجعة الدورية للتنمية طويلة المدى (كل ثلاث سنوات مثلا) تسمح بتصحيح العناصر المختلفة للخطة على ضوء الظروف الاجتماعية والاقتصادية المتغيرة .

برنامج التنميـــة :

تضمنت الخطط التفصيلية امكان استخدام ١٥٪ من ٦١١٦ كيلو مترا مربعا وهو حجم الاقليم الساحلى بالكامل للسـياحة دون ما تغيير فنى او اقتصـادى فى المرافق الاساسية . فاذا اخذنا فى الاعتبار حماية البيئة وواقع أن حوالى ٥٥ ٪ من الطاقة المتاحة يجب حجزها للسائحين المواطنين والعابرين من السياحة الدولية ، فانه يمكن احتساب ان الحاجة تدعو الى ٢٫١٨٠٫٠٠٠ سائح على الشواطىء ، ولذلك كان لابد ان تشـتمل الخطة على زيادة سـكانية بنسـبة ١٥٠٪ وعلى زيادة فى الطاقة السياحية الى حوالى خمسة اضعاف الطاقة الحالية .

المعلومات الشـاملة عن الطاقات والاستهلاك

١ ـ طاقة الاقامة (عدد الاسرة)

(أ) طاقات الاستقبال الاساسية

	المجموع	شمال الادرياتيكى	جنوب الادرياتيكى
ـ العـــدد	٩١٨٫٠٠٠	٦٢٨٫٠٠٠	٢٩٠٫٠٠٠
ـ هـ ١	١٠٠ر	٦٨ر٤	٣١ر٦
ـ هـ ٢	٤٣ر٤	٤٧ر٢	٣٧ر٠

(ب) الطاقات التكميليـة

	المجموع	شمال الادرياتيكى	جنوب الادرياتيكى
ـ العـــدد	١ر١٩٦ر٠٠٠	٧٠٢ر٠٠٠	٤٩٤ر٠٠٠
ـ هـ ١	١٠٠	٥٨ر٧	٤١ر٣
ـ هـ ٢	٥٦ر٦	٥٢ر٨	٦٣ر

(ج) المجمـــوع

	المجموع	شمال الادرياتيكى	جنوب الادرياتيكى
ـ العـــدد	٢ر١١٤ر٠٠٠	١ر٣٣٠ر٠٠٠	٧٨٤ر٠٠٠
ـ هـ ١	١٠٠	٦٢ر٩	٣٧ر١
ـ هـ ٢	١٠٠	١٠٠	١٠٠

٢ ـ متوسط الاشغال السنوى

عدد الايام لكل سرير

(أ) طاقات الاستقبال الاساسية

	المجموع	شمال الادرياتيكى	جنوب الادرياتيكى
عدد الايام سنويا	١٤٤ر٥	١٤٤ر٥	١٤٤ر٥

	المجموع	شمال الادرياتيكى	جنوب الادرياتيكى
(ب) الطاقات التكميلية			
عدد الايام سنويا	٥٧ر٦	٥٩ر٢	٥٦ر٥
(ج) المجمـــوع			
عدد الايام سنويا	٩٦ر٦	٩٩ر٤	٨٩ر ـــ
٣ ـ الحركة السـياحية (بالالف ليلة)			
(أ) الداخلية			
ـ العــــدد	٧٧ر٧٠٠	٥٢ر٣١٠	٢٥ر٣٩٠
ـ هـ ١	١٠٠	٦٧ر٣	٣٢ر٧
ـ هـ ٢	٣٨ر٤	٣٩ر٥	٣٦ر٤
(ب) الدوليـة			
ـ العــــدد	١٢٤ر٤٠٠	٧٩ر٩٩٠	٤٤ر٤١٠
ـ هـ ١	١٠٠	٦٤ر٣	٣٥ر٧
ـ هـ ٢	٦١ر٦	٦٠ر٥	٦٣ر٦
(ج) المجمـــوع			
ـ العــــدد	٢٠٢ر١٠٠	١٣٢ر٣٠٠	٦٩ر٨٠٠
ـ هـ ١	١٠٠	٦٥ر٥	٣٤ر٥
ـ هـ ٢	١٠٠	١٠٠	١٠٠
٤ ـ متوسـط الانفــاق اليومى للسـائح (فى الليلـة) (بالدولار الامريكى)			
ـ السياحة الداخلية	٨ر٣٠	٩ر٥٠	٥ر٧٠
ـ السياحة الدولية	١٢ر٤٠	١٣ر٥٠	١٠ر٤٠
ـ المتوسط العام	١٠ر١٠	١١ر٩٠	٨ر٧٠
٥ ـ مجموع الاستهلاك السـياحى (بالالف دولار)			
(أ) الداخلية (بالعملة المحلية)			
ـ الدخـــل	٦٤٢ر٠٣٠	٤٩٧ر٨٩٠	١٤٤ر١٤٠
ـ هـ ١	١٠٠	٧٧ر٥	٢٢ر٥
ـ هـ ٢	٢٩ر٨	٣١ر٦	٢٣ر٧

	المجموع	شمال الادرياتيكى	جنوب الادرياتيكى
(ب) الدولية (بالعملة الحرة)			
ـ الدخل	١ر٥٤٢ر٤٩٠	١ر٠٧٨ر٩٣٠	٤٦٣ر٥٦٠
ـ هـ ١	١٠٠	٦٩ر٩	٣٠ر١
ـ هـ ٢	٧٠	٦٨ر٤	٧٦ر٣
(جـ) المجموع			
ـ الدخل	٢ر١٨٤ر٥٢٠	١ر٥٧٦ر٨٢٠	٦٠٧ر٧٠٠
ـ هـ ١	١٠٠	٧٢ر٢	٢٧ر٨
ـ هـ ٢	١٠٠	١٠٠	١٠٠
٦ ـ الناتج القومى			
ـ الدخل (بالألف دولار امريكى)	١ر١٧٥ر٦٠٠	٨٤٢ر٦٢٠	٣٣٢ر٩٨٠
ـ على مستوى العامل الواحد (بالدولار الامريكى)	٣ر٥٥٠	٣ر٧٦٠	٣ر٠٩٠
٧ ـ الاستثمارات			
ـ بالوحدة (بالدولار)	٣٠٠٠	٣٣١٠	٢٥٠٠
ـ مجموع العمالة (بالدولار)	٨٧٩٠	٩٢٣٠	٧٩٢٠
ـ نسبة الناتج القومى (بالدولار)	٥ر٤٠	٥ر٢٢	٧ر٨٧
ـ نسبة الى مجموع الاستهلاكات بالعملة الحرة	٢ر٩٠	٤ر٠٨	٤ر٢٢
ـ مجموع الاستثمارات (بالالف دولار)	٦ر٣٥٨ر٠٠٠	٤ر٤٠١ر٣٠٠	١ر٩٥٦ر٧٠٠

حيث هـ ١ = نسبة الامتداد الهيكلى الافقى

هـ ٢ = نسبة الامتداد الهيكلى الراسى

ولم تشكل الخطة نموذجا موحدا للتخطيط الطبيعى التفصيلى للتنمية السياحية يطبق على جميع الوحدات السياحية بل تختلف هذه الوحدات حجما وتصميما ومستوى تبعا لاختلاف الأهداف التفصيلية لمختلف المناطق والظروف الطبيعية لكل منطقة وتحليل العرض والطلب بالنسبة لها ومدى أمكان توفر الخدمات لعنصر الاقامة من مرافق اساسية ومواصلات ونقل وعمالة . ولذلك يتراوح حجم الوحدات السياحية بين ٨٠٠٠ سرير و ٩٨٠٠٠ سرير ، وهي في حقيقتها وحدات يستقل كل

منها عن الاخر ولكنها مكملة كل منها للاخرى مكونة ما يسمى بالعرض السياحى فى اقليم البحر الادرياتيكى اليوجوسلافى . وكل من هذه الوحدات السياحية ينقسم الى مجموعات مركزة من الخدمات والتسهيلات السياحية يتراوح حجمها بين ٢٠٠٠ و١٢٫٠٠٠ سرير ويعتبر الحجم المتوسط هو خمسة آلاف سرير وذلك لتسهيل الحفاظ على البيئة ولتركيز الادارة فى مجموعات يمكن السيطرة عليها لضمان مستوى رفيع من الخدمات . اما المساحات الممتدة بين الوحدات السياحية فتترك حرة طبيعية دون تنمية لامكان استيعاب الزوار اليوميين الذين يؤثرون الحرية وعدم التقيد بالقيود السائدة فى الوحدات السياحية .

اما التكامل الاقليمى والوظيفى الواسع وهو واحد من الشروط الاساسية للسياحة الترفيهية على الشواطىء بالمعنى الحديث فيعبر عنه بما يلى :

— ان البحر الادرياتيكى هو امتداد مائى مغلق بساحلين متكاملين وهما الساحل اليوجوسلافى والساحل الايطالى .

— تكامل البحر مع الجزر مع الأرض الخلفية عن طريق انشاء شبكة طرق كافية .

اما شبكات المواصلات على الطرق البرية والسكك الحديدية والبحرية والجوية فيمكن تقسيمها الى ثلاثة اقسام :

— طرق تربط الاقليم طوليا فتستير متوازيه مع الساحل .

— طرق تربط الساحل مع الارض الخلفية (طرق مستعرضة) .

— طرق تربط الساحل اليوجوسلافى مع الساحل الايطالى وارضه الخلفية (بحرية) .

وقد حرص مخططو التنمية السياحية للاقليم على ضمان مستوى مرتفع من خدمات النقل والمواصلات مع تنوع الشبكات وخلق برامج ودورات سياحية دائرية تشمل يوجوسلافيا ككل وتربط بين يوجوسلافيا وايطاليا . ويضاف الى ذلك الاهتمام الشديد بتنمية السياحة البحرية نظرا لملاءمة طبيعة الساحل اليوجوسلافى لهذا النوع من السياحة بخصيصتين : الأولى تدرج البحر عمقا ، والثانية كثرة عدد الجزر على الساحل (٧٢٥ جزيرة منها ٦٦ جزيرة بها سكان) مما ترتب عليه وصول عدد القوارب البخارية واليخوت الى ٢٦ ألفا ، وعدد العاملين بهذا النوع من السياحة الى ٨٦ الف فرد فى عشر سنوات (حتى سنة ١٩٧٠) وكان عدد القوارب ٢٩٦ وعدد العاملين ٩٤٦ عام ١٩٦٠ . كل ذلك ادى الى استحداث مرافىء ترفيهية جديدة وتحديث القديمة وتوسيع طاقاتها مما كان له اثر كبير على اقتصاديات الجزر اليوجوسلافية التى كانت تعانى من انخفاض مستوى المعيشة .

الباب الثانى والعشرون

الخطة القومية لتنمية السياحة

فى مصر

حددت الخطة القومية للسياحة فى جمهورية مصر العربية التى قام بوضعها فريق الخبراء الألمان عام ١٩٧٨ أن مصر لديها من كنوز أثرية وامكانات طبيعية مختلفة يجب ان يتم تسويقها سياحيا على أساس مبدأ اساسى يجب تبنيه وهو :

« منتج سياحى متميز لاسواق سياحية متميزة »

ومفاد ذلك ان مصر بوضعها الجغرافى البعيد نوعا ما عن مصادر الحركة السياحية فى العالم وأهمها أوربا الغربية وامريكا الشمالية وأمريكا اللاتينية واليابان واستراليا وما يعنيه ذلك من ارتفاع تكلفة النقل الجوى الى مصر ، وزيادة الوقت اللازم لتغطية الرحلة الى مصر فضلا عن ضرورة زيادة معدل الاقامة فى مصر عن معدلها الحالى مما يلزم معه التركيز على السياحة بتركيبها المتميز اى اجتذاب اعداد من السائحين ذوى الدخول المرتفعة نسبيا تمثل الطبقة فوق المتوسطة والطبقة الأعلى وهى طبقة الموسرين والمثقفين ذوى الدخول المحدودة أو من الطبقات الشعبية . وليس معنى ذلك اننا نستطيع اجتذاب أصحاب الملايين لأن مصر ليست معدة سياحيا لذلك.

وقد قامت تلك الخطة بوضع جدول للتنبؤ العلمى بأعداد السائحين المحتملين لمصر عقب دراسة ميدانية متعمقة لمصادر السياحة الدولية تبين منها ما يلى عن المدة من ١٩٧٦ حتى ١٩٩٠ .

التنبــؤ بالطلب السياحى من ١٩٧٦ – ١٩٩٠ (الزائرون بالآلاف)

	١٩٧٦ سنة الأساس	نسب من المجموع الزائرين	١٩٨٠	نسب الزائرين من مجموع	١٩٨٥	نسب الزائرين من مجموع	١٩٩٠	نسب الزائرين من مجموع
السائحون الأوربيون	٦ر٩٩	١ر١٠	١٩٥	٥ر١٢	٢٧٦	٢ر١٣	٢٣٥	٥ر١٣
السائحون الأمريكيون	٣٠٦	١ر٣	٤٣	٧ر٢	٦٢	ر٣	٧٦	١ر٣
السائحون اليابانيون	٣ر٥	٥ر٠	٧	٥ر٠	١١	٥ر٠	١٣	٥ر٠
السائحون الغربيون	٥ر١٣٥	٨ر١٣	٢٤٥	٧ر١٥	٣٤٩	٧ر١٦	٤٢٤	١ر١٧
رجال الأعمال الغربيون	٥ر١٧٢	٥ر١٧	٣١٢	٩ر١٩	٤٤٣	٢ر٢١	٥٤٠	٨ر٢١
مجموع الزائرين الغربيين	٣٠٨	٣ر٣١	٥٥٧	٦ر٣٥	٧٩٢	٩ر٣٧	٩٦٤	٩ر٣٨
السائحون العرب	٥٣٥	٤ر٥٤	٧٨٣	١ر٥٠	١ر٠٠	٨ر٤٧	١ر١٥٩	٨ر٤٦
السائحون الآخرون	١٤١	٣ر١٤	٤ر٢٢	٣ر١٤	٣٠٠	٣ر١٤	٣٥٥	٣ر١٤
مجموع عام للزائرين	٩٨٤	١٠٠٪	١ر٥٦٤	١٠٠٪	٢ر٠٩٢	١٠٠٪	٢ر٤٧٨	١٠٠٪
الواقع المتحقق	١٨٤		١ر٢٥٣		١ر٥١٨			

ما تراه الخطة من الصورة السياحية لمصر فى الاسواق الخارجية :

اجرى فريق التخطيط دراسة ميدانية فى بعض الاسواق السياحية الرئيسية لمصر وهى المانيا الغربية وفرنسا وبريطانيا وايطاليا . وقد ظهر من تلك الدراســة ان السياحة الى مصر مرتبطة ارتباطا وثيقا بالثقافة اذ اجاب المستجوبون بان مصر تتمتع بالمناطق الآثرية الفريدة مثل الأهرامات بالجيزة ووداى الملوك بالأقصر والمتحف المصرى . وكان ثانى خصيصة اساسية من خصائص السياحة فى مصر هو انفرادها بالغرابة المصطبغة بطريقة الحياة الشرقية وروح المغامرة غير المألوف .

أما الشمس وزرقة السماء والجمال الطبيعى فقد جاءت تالية للثقافة كمرغب اساسى من مرغبات زيارة مصر .

ومع اختلاف طبائع السائحين فى مختلف تلك الاسواق فقد اجتمعت آراؤهم حول العناصر السلبية للسياحة فى مصر وان هناك بعض الاختلاف فى ترتيب أولويات هذه العناصر التى تتلخص أهمها فيما يلى (١) .

- الموقف السياسى غير المأمون .
- مناخ غــير جيد .
- ضعف النواحى الصحية .
- طعام ردىء النوعية بوجه عام .
- راحة غير كافيه .
- صعوبه التفاهم مع المواطنين لحاجز اللغه .
- مستوى منخفض من المدنية .
- عقليه مختلفة .

وتاكدت هذه الجوانب السلبية بدراسة مسحية أجريت فى ثمانى دول أوروبية .

ورغم كل ذلك فقد جاءت نتيجة دراسة للدول السياحية المنافســة لمصر ان اليونان هى المنافس الرئيسى لمصر كمقصد لقضاء الأجازات ، فى حين جاءت تونس مثلا آخر للدول المنافسة وهى اليونان ومصر واسبانيا والمغرب وتونس ، وبالتالى لم تدخل قبرص وتركيا واسرائيل مجال المنافسة فى الدراسة .

---

(١) راجع الخطة القــومية للسياحة فى مصر طبعة ١٩٧٨ جزء التلخيص ص ٥ .

واظهرت دراســة ميدانية اجريت مع منظمى الرحــلات الشاملة وشركــات السياحة فى احدى عشرة دولة أوروبية بالاضافة الى الولايات المتحدة ان لمصر جوانب سياحية ايجابية كثيرة منها ما يلى .

- الصورة السياحية المتميزة كدولة بها تراث اثرى وحضارى ضخم .
- الطلب على مصر يتزايد تدريجيا باعتبــارها من الأماكن الغريدة فى العالم من حيث المناظر المتباينة والا ماكن الحضارية المتعددة .
- تتمتع بمناخ معتدل خلال تسعة اشهر خلال السنه .
- كرم الشعب المصرى وحسن وفادته للاجانب .
- النيل كعنصر جذب هام بالنسبة للرحلات النيلية بالبواخر السياحية .

وبينت هذه الدراسة الميدانية لضمان استمرار زيادة الطلب الســياحى على مصر ضرورة اتجاه التنمية السياحية فى مصر الى أمور مثل : —

- زيادة الطاقة الايوائية بوجه عام فى المناطق الســـياحية .
- رفع مستوى الخدمات السياحية .
- زيادة عدد البواخر السياحية النيلهة وطاقتها .
- اســـتقرار الأســـعار .

واضافت الدراسة ان معظم منظمى الرحلات الشاملة فى الاسواق السياحية التى شملتها الدراسة يرون ان تنمية ســياحة الشواطئ فى مصر لن يترتب عليها زيادة الحركة السياحية اليها زيادة كبيرة (١) .

تقييم المناطق السياحية فى مصر :

كان من أهم ما أوردته الدراسة تقييما كيفيا للمناطق السياحية المصرية بالنسبة للسياحة الدولية والسياحة الداخلية انتهى الى ما يلى :

(١) الدراسة المرجع السابق ص ٨ .

مدى الجذب السياحى للمناطق السياحية فى مصر بالنسبة الى

السائحين الدوليين من		السائحين الداخليين من
اوروبا وأمريكا	الدول العربية	جمهورية مصر العربية والأجانب المقيمين
وادى النيل xxxxx	القـــاهرة xxxxx	الاسكندرية xxxxx
القـــاهرة xxxx	الاسكندرية xxxx	الساحل الشمالى xxxx
البحر الأحمر xxx	الساحل الشمالى xxx	(المناطق الترويحية)
		القاهرة xxxx
الاسكندرية xx	وادى النيل xx	الدلتا (الساحل) xxx
الساحل الشمالى xx	منطقة القناة xx	وادى النيل xxx
الواحـــات xx	الدلتـــا x	منطقة القناة xx
الدلتـــا x	ســـيناء x	البحر الأحمر x
منطقة القناة x	الواحـــات x	ســـيناء x
ســـيناء x	البحر الأحمر x	الواحـــات x

التصـــنيف xxxxx = جذاب جدا
x = غير جذاب

وبين هذا التقييم ان الاسكندرية والساحل الشمالى قليلة الجذب بالنسبة للسائحين من أوروبا وأمريكا فى حين ان البحر الأحمر متوسط الجذب . اما الدلتا ومنطقة القناة وسيناء فهى غير جذابة فى نظر فريق التخطيط بالنسبة للسائحين الأجانب .

وبالنسبة للسائحين العرب فان الساحل الشمالى متوسط الجذب فى حين ان وادى النيل ومنطقة القناة غير جذابين بالمرة .

وقد يكون هـذا التقييم ـ المستند الى استمارات استقصاء ـ محل نقـد على الأقل بالنسبة الى اجزاء منه مثل الساحل الشمالى والواحات وسيناء بالنسبة للسائحين من دول أوروبا وأمريكا . وقـد كان ذلك بالفعل محل مناقشة بينى وبين واضعى الخطـة .

توقيت تنمية المنتج السياحى :

اقتصرت الخطة القومية للسياحة على التنبؤ بالمستقبل السياحى لمصر على نحو ما ظهر فى الجدول حتى عام ١٩٩٠ باعتبار ان امتداد الزمن الاكثر من ذلك لن يكون الا ضربا من التصور غير المؤسس على قواعد علمية .

وقد قسمت الخطة الى ثلاث مراحل رئيسية هى :

الامـد القصير من ١٩٧٧ — ١٩٨٠

الاجل المتوسط من ١٩٨١ — ١٩٨٥

الاجل الطويل من ١٩٨٦ — ١٩٩٠

١ ــ فبالنسبة للامد القصير :

يتعين اعطاء الأولوية لتجـديد عناصر السياحة القـائمة واعداد المراحل التحضيرية لفتح مناطق جديدة . ويجب توجيه الاهتمام الى الأعمال التالية :

(أ) تخطيط تفصيلى للتدابير المقترحة على المستوى القومى من اجل :ــ

ــ تنفيذ استراتيجية موجهة للسياحة لحماية وتنمية المواقع الحضارية .

ــ فتح منطقة المتحف الجديدة فى الزمالك بالقاهرة وكذلك المتاحف الاقليمية .

ــ تقديم السياحة المصرية بصورة موحدة واقامة مركز قومى للمعلومات السياحية

ــ توسيع قاعدة السياحة الداخلية وأماكن الترويح المحلية .

ــ تحسين مستوى التنسيق فى التخطيط السياحى مع قطاعات انتاجية اخـرى وكذلك بين النشاطات داخل القطاع السياحى ذاته .

والى جانب ذلك فان التوسيع المركز فى البنية التحتية على المستوى القومى يجب أن يبدأ وبوجه خاص فيما يتعلق بالصرف الصحى والاتصالات .

(ب) تحسين وتوسيع عناصر العرض السياحى تدريجيا من أجـل الانماط التقليدية السياحية وهى السياحة الثقافية وسياحة الأعمال وسياحة المصـايف .

ويجب توجيه الاهتمام نحو ازالة وتخفيف حـدة النقص فى قطاع الاقامة السياحية والنقل الداخلى والادارة الفعالة للسـياحة حتى يمكن تلافى الآثار الضارة على الطلب وعلى الصورة السياحية لمصر . ويمكن تحقيق ذلك كله عن طريق التدابير الآتيـة : ــ

ــ رقابة الحكومة على الأسـعار والحجوزات فى القطاع الفندقى .

ــ زيادة طاقة وسـائل النقل الجوى الداخلى عن طريق القـاهرة ــ الأقصر ــ اسوان ــ أبو سمبل وتحسين تنظيم هذا القطاع .

ــ توسيع قاعدة الاقامة فى القاهرة والاقصر والبواخر النيلية .

ـــ رفع مستوى الخدمات وبوجه خاص فى فنادق القطاع العام عن طريق التدريب المركز ورفع المرتبات .

(جـ) التحضير لتنمية مناطق سياحية جديدة وبوجه خاص المنيا والغردقة وسيوة . ولذلك يجب اتخاذ التدابير الآتية فى الأمد القصير :

ـــ أقامة مكتب للتنمية السياحية فى كل من المنيا والغردقة وكذلك تأسيس فريق ثلاثى لبدء فتح سيوة للاغراض السـياحية .

ـــ اعداد مشروع تخطيط تفصيلى لفكرة « نيل اوتيل » فى المنيا وفكرة « نادى النشاطات البحـرية » Nautilus Club فى الغـردقة ، وفكرة « المخيم » Tent Camp لسيوة مؤسسة على الافكار الواردة فى الخطة الجزء الثالث الخاص بفكرة التنمية Devolopment Concept

ـــ بدء أعمال الحفر والترميم فى بنى حسن وتل العمارنة وهيرموبوليس ماجنا وفى سـيوة .

ـــ أعمال حماية البيئة والمجارى المائية والمناظر الطبيعية فى كافة مناطق التنميـة السـياحية .

ـــ تنفيذ برنامج متكامل لتشجيع السياحة الداخلية وقطاعات الترويح المحلى والبدء فى وضع افكار وتصـورات التنمية .

٢ ـ الأجل المتوسط (١٩٨١ ـ ١٩٨٥) :

ورأت الخطة القومية للسياحة انه فى هذه المرحلة الثانية يجب التركيز على استقرار الانماط التقليدية للسياحة ، وتعميق تنمية المناطق السياحية الجديدة فى المنيا والغردقة مع تخطيط وتنفيذ التنمية الجزئية لمناطق اخرى مثل ابيدوس وادفو وراس الحكمة . ويجب تعاون القطاعين العام والخاص من أجل تحقيق التدابير الآتية :

ـــ تنفيذ التدابير التى بدا تحضيرها فى المرحلة السابقة مثل فتح مواقع حضارية جديدة وانشاء المتاحف واستحداث نظم المعلومات .

ـــ تحسين وتوسيع الشعارات الملصقة بالقاهرة (كالقلب النابض للعـالم العربى) بالأقصر (مركز الفن الفرعونى) وبأسوان (الراحة الباسمة فى مصر العليا مع الترويح واللياقة البدنية والترفيهية) وبالاسكندرية (مدينة المؤتمرات والأجازات ومركز القطـاع الرابع) .

ـــ اتمام وافتتاح النيل اوتيل فى المنيا ونادى الرياضات البحرية فى الغردقة وتنمية مناطق جديدة مستقلة والتوسع فى عرض المغامرات السياحية فى الواحات .

ـــ تخطيط وتنمية جزئية لمناطق جديدة فى ابيدوس (نيل اوتيل) وراس الحكمة (مشروع سياحى دولى رائد) .

ـــ تجديد وتوسيع مناطق السياحة الداخلية (مثل راس البر وجمصة ورشيد ومرسى مطروح وكذلك مناطق الترويح الداخلية فى القاهرة) .

ـــ انشاء وفتح فندق تجارى فى كل من بور سعيد والسويس .

٣ ـ الأجل الطويل ١٩٨٦ ـ ١٩٩٠ :

فى هذه المرحلة الأخيرة من الخطة القومية للسياحة يمكن توقع أن المناطق التقليدية المستهدفة وهى القاهرة والأقصر واسوان والاسكندرية تكون قد بلغت درجة التشبع وان مناطق المنيا والغردقة تكون قد تم تنميتهـا ودخلت مرحلة الاستقرار ، وان منطقة راس الحكمة ستكون فى مرحلة التنمية وتتم هذه الحقبة الزمنية اذن بما يلى :

ـــ مجهودات تسويقية مكثفة على المستوى القومى والاقليمى .

ـــ عناية واعية بالمناطق التقليدية المستهدفة وتنظيم سياحى فعال وادارة رشيدة مع صيانة دورية لكل المقومات السياحية .

ـــ توسيع مناطق المنيا وادفو والغردقة .

ـــ تنمية رأس الحكمة لتكون مصيفا متكاملا يضم خدمات وتسهيلات صيفية وشتوية .

ـــ تطوير بور سعيد والسويس كمراكز أعمال .

وقد تم توقيت خطة السياحة الشاملة بحيث تدخل المناطق الجديدة المستهدفة الى مجال التنمية والتطوير فى نفس الوقت الذى تصل فيه المناطق التقليدية الى مرحلة الاستقرار . فاذا بلغت المناطق الأخيرة مرحلة التشبع ، تكون المناطق الجديدة قد وصلت الى درجة تمام التنمية ، ومجموعة ثانية من المناطق الجديدة تدخل بعد ذلك مرحلة التنفيذ وهكذا .

الطاقة الفندقية المطلوبة على ضوء ما تقدم :

وعلى ضوء ما تقدم فقد تكفلت الخطة ببيان الطاقة المطلوبة من فنادق الأربع والخمس نجوم على الوجه الآتى :

	١٩٧٦	١٩٨٠	١٩٨٥	١٩٩٠
اجمالى عدد السائحين المحتملين	٩٨٤	١٥٦٤	٢٠٩٢	٢٤٨٧
عدد نزلاء الفنادق فئة اربع وخمس نجوم	٤٤٦	٧٥٣	١١٠٣	١٣٢٢
عدد ليالى الاقامة فى فنادق الأربع والخمس نجوم .	٢ر٦٧٦	٤ر٥١٨	٧ر٧٢١	٩ر٢٥٤
عدد الغرف المطلوبة	٤ر٨٠٠	٨ر٥٦٦	١٥ر٥٥٣	٢١ر١٠٠

(الطاقة الفندقية من فئة الاربع والخمس نجوم)

المنطقة او الاقليم	اجمالى ١٩٧٧	النمو ٨٠/٧٦	اجمالى ١٩٨٠	النمو ٨٥/١٩٨١	اجمالى ١٩٨٥	النمو ٩٠/١٩٧٦	اجمالى ١٩٠٠
وادى النيل							
الأقصر	٦٥٠	٢٦٠	٩١٠	٩٩٠	١٩٠٠	٦٠٠	٢٥٠٠
أسوان	٦٠٠	٢٠٠	٨٠٠	٣٠٠	١١٠٠	٣٠٠	١٤٠٠
المنيا/ابيدوس	—	—	—	٣٠٠	٣٠٠	٥٥٠	٨٥٠
ادفو	—						
البواخر النيلية	٣٥٠	٣٠٠	٦٥٠	٦٠٠	١٢٥٠	٦٠٠	١٨٥٠
القاهرة	٢٦٥٠	١٢٠٠	٣٨٥٠	٥٥٠٠	٩٤٠٠	١٢٠٠	١٠٢٠٠
البحر الأحمر	—	١٠٠	١٠٠	٣٠٠	٤٠٠	٨٠٠	١٢٠٠
الأسكندرية	٥٥٠	١٢٠	٦٧٠	٣٠٠	٩٧٠	٣٠٠	١٢٧٠
الساحل الشمالى	—	—	—	٣٠٠	٣٠٠	١٢٠٠	١٥٠٠
الواحات	—	٤٠	٤٠	٤٠	٨٠		٨٠
منطقة القنال	—	٨٠	٨٠	٥٠٠	٥٨٠	٥٠٠	١٠٨٠
طاقة الغرف الاجمالية	٤٨٠٠	٢٣٠٠	٧١٠٠	٩١٨٠	١٦٢٨٠	٦٠٥٠	٢٢٣٣٠
الطاقة المطلوبة وفقا للجدول السابق	٤٨٠٠	٣٧٥٠	٨٥٥٠	٧٠٠٠	١٥٥٥٠	٥٥٥٠	٢١١٠٠
عجز الطاقة أو فائضها	± صفر		١٤٥٠ـــ		٧٣٠ +		١٢٣٠ +

ونود ان نشير انه بمقارنة هذه الأرقام بما تحقق بالفعل يبين ما يلي :

١ ـ عدد الفنادق في مصر قفز من ١٢٧ فندقا من مختلف الدرجات عام ١٩٧٥ تضم ٨٩٨٠ غرفة و١٧٢٣٩ سريرا الى ٣٠٥ فنادق من مختلف الدرجات عام ١٠٨٥ تضم ٢٦٨٠٦ غرفة وعدد ٥٢٢٢١ سريرا .

٢ ـ أما فنادق الخمس نجوم فيبلغ عددها ٢١ فندقا عام ١٩٨٦/٨٥ بنسبة ٩ر٦٪ من عدد الفنادق تضم ٨٨١١ غرفة بنسبة ٩ر٣٢٪ من عدد الغرف .

ويبلغ عدد فنادق الاربع نجوم ٣٨ فندقا بنسبة ٥ر١٢٪ من عدد الفنادق تضم ٥٣٣٠ غرفة ٩ر١٩٪ من عدد الغرف .

اى ان الفنادق من الفئتين يصل عددها عام ٨٦/٨٥ حوالى ٥٩ فندقا بنسبة ٤ر١٩٪ من عدد الفنادق وتضم حوالى ١٤١٤١ بنسبة ٨ر٥٢٪ من عدد الغرف الفندقية في مصر .

٣ ـ ان الطاقة الفندقية للفنادق العائمة (البواخر النيلية) بلغت سبعين فندقا تضم ٢٨٠٩ غرف (كابينة) و٥٧٦٦ سريرا عام ١٩٨٦/١٩٨٥ وقد تم اضافة عدد ٢٥ فندقا عائما الى هذا الرقم تضم ١٣١٦ غرفة (كابينة) وحوالى ٢٦٣٢ سريرا حتى آخر عام ١٩٨٦ .

٤ ـ مفاد ما تقدم ان الطاقة الفندقية في مصر ـ وفقا للخطة القومية التى وضعها الخبراء الالمان ـ لاتزال تحتاج الى زيادة قدرها حوالى سبعة آلاف غرفة في مستوى الأربع والخمس نجوم بالاضافة الى ما هو مطلوب في الدرجات الأدنى موزعة على مناطق مصر السياحية المختلفة .

ويجب أن يواكب هذه الزيادة المطلوبة تعميق وتركيز في المجهودات التسويقية حتى يمكن الابقاء على نسبة اشغال فندقية عالية .

متطلبات العمـــالة :

وقد بينت الخطة القومية لسياحة فى مصر احتياجات القطاع من العمالة على النحو الآتى

	١٩٧٦	١٩٨٠	١٩٨٥	١٩٩٠
طاقة الغرف الفندقية	٤٨٨٠	٧١٠٠	١٦٣٠٠	٢٢٣٠٠
عدد العاملين الفندقيين	٨٦٤٠	١٢٠٧٠	٢٦٠٨٠	٣٣٤٥٠
حجم العمالة غير المباشرة	١٠٣٧٠	١٤٤٨٠	٣١٣٠٠	٤٠١٤٠
اجمالى العمالة	١٩٠١٠	٢٦٥٥٠	٥٧٣٨٠	٧٣٥٩٠
متوسط الدخل السنوى (بالجنيه المصرى)	١٠٨٠	١٣١٠	١٦٨٠	٢١٤٠
الدخل السنوى الاجمالى	٢٠ر٥٣٠ر٨٠٠	٣٤ر٧٨٠ر٥٠٠	٩٦ر٣٩٨ر٤٠٠	١٥٧ر٤٨٢ر٦٠٠

ولا شك ان هذه الخطة القومية للسياحة فى مصر تحتاج الى تحديث شامل بعدمرور حوالى عشر سنوات عليها .

ملحق

تخطيط المركز السياحى مارينا العلمين (1)

من الكيلو ٩٤ ـ ١٠٤ من الساحل الشمالى الغربى لمصر

من اجل خلق سوق جديدة للسياحة الترفيهية فى مصر رات وزارة التعمير ان تقييم مشروعا سياحيا كبيرا هو مشروع مارينا العلمين الذى خصصت له الأراضى الواقعه شمال طريق الاسكندرية / مطروح ابتداء من العلامة الكيلو مترية ٩٤ الى العلامة الكيلو مترية ١٠٤ .

ويجرى حاليا تنفيذ المرحلة الاولى منه فيما بين الكيلو ٩٤ الى الكيلو ١٠٠ ، وقد قام بتخطيطه الاستاذ الدكتور مهندس / عبد الله عبد العزيز عطيه استاذ العمارة والتخطيط العمرانى بجامعة عين شمس .

والمستهدف ان يستقطب هذا المشروع ، الى جانب مقابلته للطلب المحلى على السياحة الشاطئية ، سائحين من دول اوربا وامريكا للاقامة لمدة يومين ضمن برنامج زيارتهم لمصر ، ويتوقف ذلك على عناصر الترويج والتسويق السياحى .

- اما بالنسبة للسائحين العرب ، فقد أكدت الاحصاءات والاستقصاءات التى تمت على عينة من السائحين العرب ان ٢٠ ٪ من العرب القادمين الى مصر على استعداد لشراء وحدات سكنية للاقامة الصيفية او استئجارها لمدة طويلة فى منطقة الاسكندرية أو ما يجاورها من مناطق الساحل الشمالى ـ وعلى ذلك فانه يمكن استقطاب نسبة كبيرة من هؤلاء السائحين للاقامة فى مركز مارينا العلمين السياحى .
- وكان اختيار موقع المشروع فى المنطقة المشار اليها وليد اعتبارات عديدة

---

(1) اخذ هذا الباب من بحث قدمه مخطط المشروع الاستاذ الدكتور / عبد الله عبد العزيز عطية الى الندوة التى اقامتها الجمعية المصرية لخبراء السياحة العلميين بكلية السياحة والفنادق جامعة حلوان عن السياحة الداخلية فى يوم السياحة العالمى ٢٧ سبتمبر ١٩٨٦ .

ومبررات كثيرة دعت جميعها الى اختيـار هـذا الموقع بالذات لاقامة المركز السياحى . ومن هذه الاعتبارات والمبررات ما نورده فيما يلى :

خصـائص المنطقـة

تنفرد هذه المنطقة دون سائر المناطق من ك ٣٤ الى ك ٣٩ بتداخل المساحات المائية من البحر مع المساحات الارضية ، بحيث يمكن عن طريق تنمية هـذه المساحات المائية واعدادها اعـدادا فنيا سـليما اسـتعمالها واسـتثمارها فى الرياضات والنشاطات الترفيهية البحرية ، مما يضفى على هذه المنطقة ميزة جديدة لا تتوافر فى غيرها من مناطق السـاحل الشمالى الغـربى وعلى الأخص المناطق الواقعة الى الشرق من ك ٩٤ .

ذلك انه يمكن عن طريق هذا المركز والميزة التى توافرت فيه بعث وتنمية لون متميز من الوان السياحة الترفيهية التى شقت طريقها بنجاح فى معظم الدول المتقدمة خلال السـنوات القليلة الماضـية الا وهى سـياحة القوارب واليخوت والرياضـات المائيـة وذلك لاسـتغلال المسـطحات المائية الكبيرة المتداخلة فى هذا الموقع او تلك التى يطل عليها وذلك لخلق مقوم جديد واغراء هائل يضاف الى المقومات والمغريات السياحية القائمة فى مصر .

— ما تتمتع به هذه المنطقة من عوامل طبيعية مثل صفاء مياه البحر ونقاء الرمال والهدوء ونظافة البيئة من أى نوع من أنواع التلوث .

— وقوع منطقة المشروع على المحور الرئيسى الذى يربط بين مدينتى الاسكندرية ومطروح وقربها ايضا من خط السكة الحديد ، الأمر الذى يجعل الوصول اليها سهلا ميسرا ، هذا بالاضافة الى قربه من مطار الاسكندرية الدولى الجديد المزمع انشاؤه بالهوارية بجوار مدينة العامرية الجديدة .

— قرب منطقة المشروع من منطقة العلمين ، حيث مقابر حلفاء الحـرب العـالمية الثانية ذات الجذب لنوعية خاصة من السياحة التى يمكن أن ترتبط بالنشاط السياحى بمنطقة المشروع خاصة وان منطقة المقابر والمعاظم الألمانية والايطالية لا يوجد بها أية تسهيلات سياحية أو فندقية تغرى بالبقاء فى هذه المنطقة الفريدة لمدة اطول من المدة اللازمة لزيارة المقابر والمعاظم المشار اليها .

— توفير الانشطة المتميزة والخدمات المتنوعة بمنطقة المشروع بالمسـتوى والحوافز المادية والمعنوية اللازمة لجذب الكثير من السياح المصريين وغيرهم الى الاصطياف بهذا المركز (بدلا من الاتجاه الى السياحة الخارجية التى تعاظمت نسـبتها فى الآونة الاخيرة) مما يعود بالنفع الكبير على المنطقة بصفة خاصة وعلى الاقتصاد الوطنى على وجـه العموم .

ب- ايجاد منطقة سياحية كبيرة يمكن ان تعتبر بمثابة النواة التى تستقطب الكثير من المشروعات المماثلة والعديد من الأنشطة التى تخدم السياحة فى هذا المركز ، وكذلك ايجاد فرص العمل الكثيرة سواء داخل المركز أو فى الانشطة التى سوف تتوالد حوله ، وعلى الاخص بالنسبة للصناعات الحرفية التقليدية والصناعات اليدوية الصغيرة والصناعات البيئية وغيرها من الصناعات التى لا تتطلب الا رؤوس اموال صغيرة للنهوض بها .

- توفير المركز السياحى المناسب والملائم لراغبى السياحة والاصطياف من غير اعضاء الجمعيات التعاونية الذين يملكون الأراضى الكائنة على الساحل من كم ٣٤ الى كم ٩٢ر٥ ، وذلك بتمكين هؤلاء من شراء وحدات الاسكان السياحى التى سيتم اقامتها فى المركز أو الاقامة فى الفندق والموتيلات والمخيمات التى سوف تنشأ فيه لخدمة الزوار اليوميين وغيرهم من السائحين المصريين أو الأجانب من غير اعضاء الجمعيات التعاونية المشار اليهم .

- تحقيق ما اشارت به المخططات المختلفة التى أجريت للساحل الشمالى الغربى فى خصوص توفير الوحدات السكنية التى يحتاجها قطاع السياحة على شاطىء البحر المتوسط والتى تم تقديرها الهيكلى للمنطقة بعدد ٤٠٠٠ وحدة سكنية سنويا بالاضافة الى طاقة فندقية قدرها ١٥٠ حجرة سنويا وذلك اعتبارا من عام ١٩٨٠ .

وليس من شك فى أن الوحدات التى سوف يتم انشاؤها فى هذا المركز تنفيذا لبرنامج التنمية ستساعد الى حد بعيد فى توفير الوحدات السكنية التى يمكن إن تساهم فى توفير الاقامة المناسبة والملائمة لجموع السائحين الراغبين فى الاصطياف وقضاء العطلات على الساحل المذكور .

- كذلك مقومات وامكانيات المشروع الغنى بالأنشطة السياحية والترفيهية والرياضية .وما ينفرد به من طابع معمارى وعمرانى مميز يؤهله ليكون مركز الجذب الرئيسى للسياحة الشاطئية فى مصر .

● ولقد كانت الفكرة الاساسية من وراء انشاء هذا المشروع تستهدف بالدرجة الاولى قيام تنمية سياحية متكاملة على اسس علمية وعملية عصرية تأخذ فى حسابها النواحى التخطيطية والمعمارية وانماط الادارة السياحية السليمة واساليب التسويق السياحى التى يجب أن تعالج بكل موضوعية وبعد نظر وأن يدعم ذلك بحملات ترويج صادقة وهادفة تؤكد للسياح الثقة والارتياح والانسجام عند ارتيادهم لهذا المركز وما يجدونه فيه من واقع مجىء ومعاملة طيبة تحبب الى نفوسهم البقاء اطول مدة ممكنة فى هذا المركز وتنمى فيهم الحنين دائما الى العودة اليه .

وعلى ذلك فان هذا المشروع قصد به ان يكون مشروعا سياحيا متكاملا يأخذ مساره الصحيح الى الاستغلال والاستثمار من خلال رؤية واضحة وتوجيه سليم فى مراحل التخطيط والتصميم والتنفيذ والادارة والتشغيل والصيانة والتسويق والترويج والتنشيط .

٥ ـ الفكرة التخطيطية لمركز مارينا العلمين السياحى :

تفرض طبيعة الموقع الغنى بمسطحاته المائية والكثبان الرملية الشاطئية والهضبة الممتدة بطول حوالى ١٠ كم والمنحدرة ناحية البحر والبحيرات فكرة تخطيط الموقع وتنميته ليكون مركزا سياحيا متنوع الانشطة الداخلية والأنشطة الخارجية وخاصة الانشطة الرياضية البحرية وسياحة اليخوت الى جانب استغلال منطقة منه بانشاء مزرعة سمكية ذات طبيعة سياحية وخلق مناطق تشجير واخرى حدائقية وترفيهية .

وتتلخص فكرة المخطط العام (المرحلة الأولى) فيما يلى :

١ ـ انشاء منطقتين سكنيتين سياحيتين أحداها حول البحيرة الكبيرة فيما بين الكيلو ٩٧٫٥ والكيلو ١٠٠ (مركز ٢) والأخرى حول البحيرة الصغيرة فيما بين الكيلو ٩٥ والكيلو ٩٧ (مركز ١) بالاضافة الى منطقة شاطئية تطل مباشرة على البحر فيما بين كم ٩٤ وكم ٩٥ وهى منطقة تقسيم لفيلات خاصة . ويعتبر المركزان الأول والثانى مرحلة اولى من مراحل تنمية المنطقة فيما بين كم ٩٤ والكيلو ١٠٤ اى حتى العلمين ، وتضم المرحلة الثانية المركز الثالث فيما بين الكيلو ١٠٠ حتى الكيلو ١٠٢ والمركز الرابع فيما بين كم ١٠٢ ، كم ١٠٤ .

٢ ـ أن يكون لكل منطقة طابع ونسيج عمرانى خاص فبينما تتميز المنطقة الأولى بتركيز المبانى حول البحيرة وميناء اليخوت بها وحول الانشطة الفندقية فى نسيج متكامل كوحدة واحدة فان المنطقة الأخرى تتميز بامتداد مبانيها على طول الهضبة على شكل خلايا صغيرة تضم كل خلية نوعيات مختلفة من الاسكان السياحى وتستوعب ٨٠ ـ ١٠٠ وحدة سكنية سياحية .

٣ ـ فيما بين المنطقتين الأولى والثانية بمنطقة فاصلة متروكة على طبيعتها ولا تضم الا استعمالات محدودة هى مطار هليكوبتر بينما تربط شبكات الطرق بين المنطقتين لسهولة الانتقال بينها وليتمتع السائحون بالأنشطة المختلفة بالمنطقتين وبعناصر الطبيعة المتنوعة بالموقع ككل .

٤ ـ الإستفادة من تنوع الطبيعة وتعدد عناصرها :

فالمنطقة الشاطئية لساحل البحر التى تمتد بها منطقة الكسبان الرملية ويصل ارتفاعها الى ١١٫٦٨ مترا فوق سطح البحر عند الكيلو ٩٤ تنحدر ناحية

ساحل البحر شمالا كما تنحدر ناحية الغرب الى أن يصل منسوبها الى حوالى ٢ر١ متر عند الكيلو ٩٨ امام البحيرة الكبيرة .

ويتراوح عمق المنطقة الشاطئية لساحل البحر بين ٢٠٠م و ٧٥م وقد استغلت المناطق المتدرجة الانحدار بها والمطلة على البحر لانشاء الفيلات والكبائن الشاطئية مع ترك المناطق المنبسطة والمتسعة منها كشاطىء رملى وعلى أن تترك الكثبان الرملية شديدة الانحدار على طبيعتها مع تثبيتها بالشجيرات .

— المنطقة خلف الكثبان الرملية الساحلية : وهى منطقة منخفضة تبدأ بعرض حوالى ٢٠٠ م عند الكيلو ٩٤ وتتسع الى أن تصل الى حوالى ٤٠٠ م عند الكيلو ٥ر٩٧ اى عند أول البحيرة الكبيرة وتضم هذه المنطقة بحيرتين رئيسيتين الأولى عند الكيلو ٩٦ والثانية عند الكيلو ٩٧ — اما البحيرة فتمتد من الكيلو ٥ر٩٧ الى الكيلو ١٠١ . ان استغلال وتنمية المنطقة المنخفضة فيما بين الهضبة الجنوبية للموقع وبين منطقة الكثبان الرملية الشاطئية فيما بين البحيرتين الصغيرتين وعلى امتدادها يمينا ويسارا كمنطقة خضراء ومفتوحة تحتوى على عناصر ترويحية وملاعب رياضية تجعل منها منطقة جذابة بصرية ووظيفيا .

وقد قسمت هذه المنطقة الى اربعة استعمالات رئيسية هى :

١ — المنطقة فيما بين كم ٩٤ وكم ٩٦ وتضم منطقة تشجير حول المنخفض الذى يلزم ردمه واعداده كمنطقة مفتوحة للأنشطة الترفيهية الرياضية .

٢ — منطقة للخدمات الترفيهية والتجارية حول البحيرة عند الكيلو ٩٦ (مركز ١) لخدمة منطقة الاسكان السياحى الشرقية من جانب وخدمة المنطقة الشاطئية من الجانب الآخر على أن تكون المبانى من دور واحد .

٣ — منطقة المزارع السمكية ذات الطبيعة السياحية فيما بين الكيلو ٩٦ والكيلو ٩٧ ومن المقترح ان تشمل ايضا البحيرة عند الكيلو ٩٧ .

٤ — منطقة الرياضات البحرية وميناء اليخوت بالبحيرة الكبيرة والتى تضم حولها خدمات منطقة الاسكان السياحى الغربية والفندق والموتيلات (مركز ٢) .

المنطقة الجنوبية المرتفعة جنوب الموقع : وهذه المنطقة هى الهضبة الرئيسية المخصصة فى التخطيط لاقامة الاسكان السياحى — وتنحصر فيمابين طريق الاسكندرية مطروح وبين المنطقة المنخفضة التى تضم البحيرات . وهذا الجزء المحصور يتسع ويضيق مع تداخل البحيرات فتتنوع معه المساحات والانحدارات مما كان له تأثير على التخطيط وتصميم وتوزيع وطرق وتجميع الاسكان السياحى وكذلك على فكرة انشاء مناطق متميزة .

● **البرنامج المتكامل لمركز مارينا العلمين السياحى فيما بين كم ٩٤ وكم ١٠٤ :**

● **تصنيف الموقع (الوضع القائم قبل التنمية)**

يبلغ اجمالى مسطح المركز السياحى لمارينا العلمين الذى يمتد فيما بين كم ٩٤ وكم ١٠٤ حوالى ١٢٠٣ر٥ هكتار أى حوالى ٢٨٦٥ر٤٢ فدانا منها ٦٦٠ر٥ هكتار أى حوالى ١٥٧٢ر٥٩ فـدان (فيما بين كم ٩٤ وكم ١٠٠) (وهى المرحلة الأولى الجارى تنفيذها حاليا) و ٥٤٣ هكتار أى حـوالى ١٢٩٢ر٨٣ فـدان (فيما بين كم ١٠٠ ، وكم ١٠٤) . وهى المرحلة الثانية .

□ □ □

تصنيف الموقع (الوضع القائم قبل التنمية)

	كم ٩٤ – كم ١٠٠			كم ١٠٠ – كم ١٠٤			كم ٩٤ – كم ١٠٤ (كلى)		
	هكتار	فدان	%	هكتار	فدان	%	هكتار	فدان	%
المنطقة الشاطئية للبحر (شاطئ)	٦٠ر٠٠	١٤٢ر٨٥	٩ر١٠	٣١ر٥٠	٧٥ر٠٠	٥ر٨٠	٩١ر٥٠	٢١٧ر٨٥	٧ر٦٠
منطقة شاطئية صالحة للتعمير	٤٥ر٠٠	١٠٧ر١٤	٦ر٨٠	٣ر١٨	٧ر٥٧	٠ر٠٦	٤٨ر١٨	١١٤ر٧١	٤ر٠٠
مناطق شديدة الانحدار	١ر٥٠	٣ر٥٧	٠ر٢٠	–	–	–	١ر٥٠	٣ر٥٧	٠ر٠٠١
البحيرات الطبيعية	١٤٨ر٠٠	٣٥٢ر٣٨	٢٢ر٤٠	١١١ر٨٧	٢٦٦ر٣٥	٢٠ر٦٠	٢٥٩ر٨٧	٦١٨ر٧٣	٢١ر٥٩
المناطق المنخفضة المبللة	١٥٥ر٠٠	٣٦٩ر٠٤	٢٣ر٥٠	١٨٨ر١٠	٤٤٧ر٨٥	٣٤ر٦٤	٣٤٣ر١٠	٨١٦ر٨٩	٢٨ر٦٥
الارض الصالحة للتعمير (الهضبة)	٢٢١ر٠٠	٥٢٨ر١٩	٣٣ر٥٠	١٨٥ر١٠	٤٤١ر٩٠	٣٤ر١٨	٤٠٦ر٦٠	٩٧ر٠٩	٣٣ر٧٨
حرم الطريق	٣٠ر٠٠	٧١ر٤٢	٤ر٥٠	٢٢ر٥٥	٥٤ر١٦	٤ر١٨	٥٢ر٧٥	١٢٥ر٣٨	٤ر٣٨
اجمالى	٦٦٠ر٥٠	١٥٧٢ر٥٩	١٠٠٪	٥٤٣ر٠٠	١٢٩٢ر٨٣	١٠٠٪	١٢٠٣ر٥٠	٢٨٦٥ر٤٢	١٠٠٪

منطقة مخيمات وكرافانات

فيلات - شاليهات - شقق ودوبلكسات مجمعة

مركز تجاري وترفيهي

فندق ١٥ حجرة

مارينا

موتيل ١٢ حجرة

فيلات - شاليهات - شقق ودوبلكسات مجمعة

موتيل ١١ حجرة ومحطة بنزين

مطار هليكوبتر

مدخل المركز الثاني

أحواض لتربية الأسماك والقشريات

كبائن وخدمات شاطئية

مركز تجاري وترفيهي

مجموعات من الفيلات والشاليهات والشقق والدوبلكسات المجمعة

منطقة فيلات

مدخل المركز الأول

قرية العاملين

المركز الثاني

المركز الأول

استعمالات الأرض بعد التخطيط (كم ٩٤ ـ كم ١٠٤)

الاستعمالات	المرحلة الأولى كم ٩٤ ـ كم ١٠٠ هكتار	فدان	%	المرحلة الثانية كم ١٠٠ ـ كم ١٠٤ هكتار	فدان	%	اجمالي المرحلتين كم ٩٤ ـ كم ١٠٤ هكتار	فدان	%
شاطئ البحر	٦٠ر٠٠	١٤٢ر٨٥	٩ر١٠	٣١ر٥٠	٧٥ر٠٠	٥ر٨٠	٩١ر٥٠	٢١٧ر٨٥	٧ر٦٠
شواطئ البحيرات	١٧ر٠٠	٤٠ر٤٧	٢ر٥٧	٣ر٠٠	٧١ر٤٢	٥ر٥٢	٤٧ر٠٠	١١١ر٨٩	٣ر٩٠
البحيرات	١٤٨ر٠٠	٣٥٢ر٣٨	٢٢ر٤٠	١٥٠ر٠٠	٣٥٧ر١٥	٢٧ر٦٣	٢٩٨ر٠٠	٧٠٩ر٥٣	٢٥ر٦٨
برك الأسماك	١١ر٠٠	٢٦ر١٩	١ر٦٥				١١ر٠٠	٢٦ر١٩	
حرم طريق اسكندرية / مطروح	٣٠ر٠٠	٧١ر٤٢	٤ر٥٠	٢٢ر٥٠	٥٣ر٦٩	٤ر١٨	٥٢ر٥٥	١٢٥ر١١	٤ر٣٦
التشجير	٥٢ر٥٠	١٢٥ر٠٠	٨ر٠٠	٥٣ر٠٠	١٢٦ر١٩	٩ر٧٦	١٠٥ر٥٠	٢٥١ر١٩	٨ر٧٦
مناطق عامة خضراء ومفتوحة (منخفض مستصلح)	٦٠ر٠٠	١٤٢ر٨٥	٩ر١٠	٦٦ر٤٥	١٥٨ر٢١	١٢ر٢٢	١٢٦ر٤٥	٣٠١ر٠٦	١٠ر٥١
مناطق تعمير وانشاء اسكان خدمات فنادق حدائق ـ ملاعب ... الخ	٢٨٢ر٠٠	٦٧١ر٤٤	٤٢ر٦٨	١٨٩ر٥٠	٤٥١ر١٩	٣٤ر٨٩	٤٧١ر٥٠	١١٢٢ر٦٠	٣٩ر١٩
اجمالي	٦٦٠ر٥٠	١٥٧٢ر٥٩	١٠٠٪	٥٤٤ر٠٠	١٢٩٢ر٨٣	١٠٠٪	١٢٠٣ر٥٠	٢٨٦٥ر٤٢	١٠٠٪

برنامج استعمالات الأراضي في المناطق المخصصة للتعمير والانشاء

الاستعمالات	المرحلة الأولى كم ٩٤ ــ كم ١٠٠			المرحلة الثانية كم ١٠٠ ــ كم ١٠٤			اجمالي المرحلتين كم ٩٤ ــ كم ١٠٤		
	هكتار	فدان	٪	هكتار	فدان	٪	هكتار	فدان	٪
اسكان	١٥٦ر٠٠	٣٧١ر٤٢	٥٥ر٧٠	٩٥ر٠٠	٢٢٦ر٢٩	٥٠ر٠٠	٢٥١ر٠٠	٥٩٧ر٧١	٥٣ر٢٣
خدمات	١٤ر٠٠	٣٣ر٣٣	٥ر٠٠	٩ر٣٥	٢٢ر٢٧	٥ر٠٠	٢٣ر٣٥	٥٥ر٦٠	٤ر٩٥
حدائق ومناطق مفتوحة	٤٢ر٠٠	١٠٠ر٠٠	١٤ر٥٠	٣٧ر٩٠	٩٠ر٢٣	٢٠ر٠٠	٧٩ر٩٠	١٩٠ر٢٣	١٦ر٩٤
ملاعب	١٠ر٠٠	٢٣ر٨٠	٣ر٥٠	٩ر٣٥	٢٢ر٢٧	٥ر٠٠	١٩ر٣٥	٤٥ر٠٧	٤ر١٠
طرق وانتظار سيارات	٦٠ر٠٠	١٤٢ر٨٥	٢١ر٣٠	٣٧ر٩	٩٠ر٢٣	٢٠ر٠٠	٩٧ر٩٠	٢٣٣ر٠٨	٢٠ر٧٨
اجمالي	٢٨٢ر٠٠	٦٧١ر٤٠	١٠٠٪	١٨٩ر٥٠	٤٥١ر١٩	١٠٠٪	٤٧١ر٥٠	١٠١٩ر٦٩	١٠٠٪

برنامج مسطحات الاسكان السياحي

الاسكان السياحي		المرحلة الاولى كم ٩٤ ـ كم ١٠٠ عدد النماذج	المرحلة الاولى عدد الوحدات	المرحلة الاولى المساحة بالمتر المربع	المرحلة الثانية كم ١٠٠ ـ كم ١٠٤ عدد النماذج	المرحلة الثانية عدد الوحدات	المرحلة الثانية المساحة بالمتر المربع	اجمالي المرحلتين كم ٩٤ ـ كم ١٠٤ عدد النماذج	اجمالي المرحلتين عدد الوحدات	اجمالي المرحلتين المساحة بالمتر المربع
١ـ شقق وديلكسات مجمعة في عمارات	ع١	١٠	٢١٠	٣٣١٠٧	١٥	٣١٥	٤٩٦٦٠	٢٥	٥٢٥	
	ع٢	١١	١٩٨	٣٢٧٧٥	١٥	٢٩٧	٤٤٦٩٣	٢٦	٤٩٥	
	ع٣	١١	٥٥٠	٧١٤٤٥	٧	٣٥٠	٤٥٤٦٥	١٨	٩٠٠	
	ع٤	١٣	٤٩٤	٦٤٤٨٥	٦	٢٢٨	٢٩٧٦٦	١٩	٧٢٢	
اجمالي		٤٥	١٤٥٢	٢٠١٨١٢	٤٣	١١٩٠	١٦٩٥٨٠	٨٨	٢٦٤٢	
٢ـ شاليهات	ش١	٢٢	٨٨	١٠١٢٠	٥	٢٠	٢٣٠٠	٢٧	١٠٨	
	ش٢	٣١	٣١٠	٣٠٣٨٠	١٠	١٠٠	٩٨٠٠	٤١	٤١٠	
	ش٣	٣١	٣٧٢	٣٨٥٦٤	٦	٧٢	٧٦٦٤	٣٧	٤٤٤	
	ش٤	٣٠	٤٢٠	٤٣٢٠٠	١٨	٢٥٢	٢٥٩٢٠	٤٨	٦٧٢	
	ش٥	١٦	٢٥٦	٢٣٢٦٤	٦	٩٦	١٠٢٢٤	٢٢	٣٥٢	
	ش٦	١٤	٣٠٨	٣٠١٨٤	٦	١٣٢	١٢٩٣٦	٢٠	٤٤٠	
اجمالي		١٤٤	١٧٥٤	١٧٩٧١٢	٥١	٦٧٢	٦٨٨٤٤	١٩٥	٢٤٢٦	
٣ـ فيلات	ف١		٧٨	١٣٢٦٠		٥٠	٨٤١٠		١٢٨	
	ف٢		٧١	١٢٧٨٠		٥٠	٩٠٠٠		١٢١	
	ف٣		٣٤	٤٤٥٤		١٥٠	١٩٦٥٠		١٨٤	
	ف٤		٥١	٦٧٨٣		١٥٠	١٩٩٥٠		٢٠١	
	ف٥		١٤٤	١٩٢٩٦		١٥٠	٢٠١٠٠		١٩٤	
	ف٦		١٢٦	٢٤٨٢٢		٥٠	٩٨٥٠		١٧٦	
اجمالي			٥٠٤	٨١٣٩٥		٦٠٠	٨٦٩٦٠		١١٠٤	١٦٨٣٥٥
اجمالي اسكان سياحي									٦١٧٢	

	المرحلة الاولى كم٩٤ ـ كم ١٠٠			المرحلة الثانية كم ١٠٠ ـ كم ١٠٤			اجمالى المرحلتين كم٩٤ ـ كم ١٠٤		
	عدد النماذج	عدد الوحدات	المساحة بالمتر المربع	عدد النماذج	عدد الوحدات	المساحة بالمتر المربع	عدد النماذج	عدد الوحدات	المساحة بالمتر المربع
٤ـ الكبائن									
ك١	٤×٢	٨		٤×٥	٢٠			٢٨	
ك٢	٦×٢	١٢		٦×٤	٢٤			٣٦	
ك٣	٨×١	٨		٨×١	٨			١٦	
ك٤	١٠×١	١٠		١٠×١	١٠			٢٠	
اجمالى		٣٨	١٩٠٧		٦٢			١٠٠	
الاسكان الفندقى									
فندق	١	١٥٠	٨٠٠٠	ـ			١	١٥٠	٨٠٠٠
موتيل	١	١٢٠	٣٦٠٠	١	١٢٠	٣٠٠٠	٢	٢٤٠	٦٦٠٠
اجمالى			١١٦٠٠			٣٠٠٠	٣	٣٩	١٤٦٠٠
اسكان الاداريين									
فيلات				١	٢٠	٢٦٦٠	١	٢٠	٢٦٦٠
عمارات				٤	٢٠٠	٢٦٧٠٠	٤	٢٠٠	٢٦٧٠٠
اجمالى						٢٩٣٦٠		٢٢٠	٢٩٣٦٠

الخـــدمات

اما فى خصوص الخدمات فقد تمت تغطية المشروع بكافة انواع الخـــدمات فى جميع مراكزه ، وذلك على النحو الذى نوجزه فيما يلى :

● **الخدمات المركزية :**

الخدمات الادارية :

ادارة المركز السياحى
الأمن
المطافىء
الاســعاف
خفر السواحل
البريد والبرق والهاتف
المخـــازن
ورش صيانة

الخدمات الترفيهية :

سينما مكشوفة
مسرح مكشـــوف
ملهى ليلى وكازينو
كافيتريات
ناد اجتمـــاعى

الخدمات الدينية :

مســـجد

الخدمات الصحية :

عيادة شاملة
جمانزيوم وســـونا

الخدمات التجارية

سوبرماركت
مخبز آلى
حلـــوانى
منتجات البان
جـــزارة

فرارجى
خضر وفواكه
اسماك
ماكولات شعبية
صيدلية
خردوات
صالون حلاقة للرجال
كوافير للسيدات
بازار (تحف وهدايا)
مكتبة وجرائد ومجلات
سجائر وحلويات
أدوات رياضية
معارض متنوعة
زهور
غسيل ومكوى وتنظيف
ثلاجة

الخدمات السياحية : مكاتب سياحة وسفريات
سوق حرة
مطعم شرقى
مطاعم غربية متعددة
مطعم أسماك ومشروبات

الخدمات المصرفية : بنوك فرعية

خدمات النقل والمواصلات : مطار هليكوبتر
محطة خدمة سيارات

الخدمات الشاطئية : وحدات خلع ملابس
وحدات اسعاف وانقاذ
وحدات تأجير شماسى
وحدات مراقبة شواطىء
بوفيهات

خدمات منطقة المخيمات : مبنى استقبال وادارة
وحدة خلع ملابس وادشاش
بازار وهدايا
سجائر وخردوات
كافيتريا

الخدمات الفرعية : (موزعة على المجموعات السكنية بالمركز)

خدمات ادارية : ادارة
امن
اسعاف
بريد وبرق وهاتف

خدمات ترفيهية : كافيتريا
مطعم
صالة متعددة الاغراض

خدمات صحية : عيادة

خدمات تجارية : بقالة
خضر وفواكه
جزارة
فرارجى
خردوات وسجائر
ماكولات شعبية
مكوجى

- **خدمات العاملين بالمركز السياحى :**

خدمات صحية : عيادة

خدمات اجتماعية : حضانة
ناد اجتماعى

خدمات تجارية : جمعية استهلاكية
مستودع بوتاجاز

شبكات الطرق والمرافق العامة :

وفى خصوص المرافق فقد تم تزويد المشروع بجميع شبكات المرافق على النحو الآتى بيانه :

برنامج المرافق :

وتشمل شبكة الطرق الرئيسية والفرعية واماكن انتظار السيارات ومتقاطعات مع طريق اسكندرية مطروح .

شبكة مياه الشرب والاطفاء :

وتشمل مصدر التغذية بالمياه والشبكة باقطارها المختلفة ومواقع الخزانات وكذلك مصدر مياه الاطفاء والشبكة باقطارها المختلفة .

شبكة الرى والصرف :

وتشمل مصدر مياه الرى وشبكة رى المساحات الخضراء والتشجير باقطارها المختلفة .

شبكة الصرف الصحى : وتشمل شبكة : الصرف الصحى بأقطارها المختلفة وميولها المطابق وطلمبات الرفع وشبكة مياه الأمطار .

شبكة الكهرباء : وتشمل الكابلات بأنواعها وخطوط نقل الضغط العالى والمحولات .

شبكة الاتصالات : وتشمل شبكة التليفونات والنداء واريال التليفزيون .

شبكة الغاز الطبيعى : وتشمل خطوط التوصيل والتوزيع والمصدر .

اجمالى عدد المنتفعين بالمركز السياحى ونصيب الفرد من الشواطىء

اجمالى الزائرين المقيمين :

الاسكان السياحى ٦٢٧٢ × ٥ = ٣١٣٦ فردا

الاسكان الفندقى ٣٩٠ × ٢ = ٧٨٠

٣٢١٤٠ فردا

اجمالى الزائرين غير المقيمين

للتمتع بالانشطة المتوفرة بالموقع

بواقع ١ لفرد/م طولى شواطىء = ١٥٠٠٠ فرد .

اجمالى كلى = ٤٧١٤٠

اى حوالى ٥٠٠٠٠ سائح ومصطاف

وبذلك يكون **نصيب الفرد على الشواطيء فى حالة الذروة القصوى =**

$$\frac{\text{اجمالى مسطح الشواطىء} = ١٣٨٥٠٠٠ \text{ م}^٢}{\text{اجمالى المنتفعين} = ٥٠٠٠٠} = ٢٧٫٣ \text{ م}^٢$$

وفى حالة اشغال ٨٠ ٪ من اجمالى المنتفعين

$$\text{يكون نصيب الفرد} = \frac{١٣٨٥٠٠٠}{٤٠٠٠٠} = ٣٤٫٦ \text{ م}^٢$$

وبهذه المعدلات تكون قد حققنا المعايير والضوابط السياحية المناسبة والتى تضمن الحفاظ على المستوى السياحى المنشود فى مركز مارينا العلمين الذى يعبر بحق عن أهمية البعد العمرانى فى تحقيق اهداف التنمية السياحية .

□ □ □

الفهـــــرس

صفحة

القسم الأول

(الاطار العام للتخطيط السياحى)

الفهـــرس

صفحة

● القســـم الثانى ●

(فنية التخطيط الســـياحى)

● القســم الثالث ●

الاطار التفصيلى للتخطيط الســياحى وتطبيقاته فى مصر

الفهـــرس

صفحة

● ملحق ●

رقم الايداع ١٩٨٨/٤٨١٦

الترقيم الدولى ٣ ـ ٤٤ ٠٠ ـ ٠٩ ـ ٩٧٧ ISBN

١٩٨٨/٢٦٧٧/٥٠٠٠

مطابع دار الشعب بالقاهرة

المؤلف فى سطور

دكتور صلاح الدين عبد الوهاب

- تخرج فى كلية الحقوق جامعة القاهرة عام ١٩٥٠
- عمل بالنيابة العامة والقضاء اثنى عشر عاما
- حصل على درجة الدكتوراه فى القانون المقارن من جامعة كورنيل بالولايات المتحدة فى فبراير ١٩٦١
- حصل على زمالة ما بعد الدكتوراه من نفس الجامعة
- عين مديرا لمؤسسة السياحة والفنادق عام ١٩٦٣
- عين رئيسا لمصلحة السياحة عام ١٩٦٤ وجمع بينها وبين مؤسسة السياحة
- عمل استاذا للقانون وللسياحة بالجامعة الأردنية عامى ٦٧ / ٦٨ - ٦٨ / ٦٩
- عين رئيسا لمجلس ادارة شركة فنادق شبرد سنة ١٩٦٨
- اختير خبيرا بالامم المتحدة (منظمة العمل الدولية) بقبرص عام ١٩٧١ (فبراير)
- اختير مديرا لبرامج التنمية السياحية بمركز الامم المتحدة بتورينو بايطاليا عام ١٩٧١ (سبتمبر)
- عين رئيسا لمجلس ادارة الشركة المصرية لتنمية السياحة عام ١٩٧٧ ومشرفا على وكالة الوزارة للتخطيط السياحى
- عين وكيل أول وزارة مستشارا لوزير التعمير ورئيسا لجهاز تنمية الساحل الشمالى عام ١٩٧٨
- عين رئيسا لمجلس ادارة شركة مصر أسوان للسياحة عام ١٩٨٠ - ١٩٨٤
- يعمل الآن مستشارا قانونيا وسياحيا بمكتبه وعمل مستشارا لمنظمة السياحة العالمية
- أستاذ غير متفرغ بكلية السياحة والفنادق بجامعة حلوان وجامعة الاسكندرية
- أستاذ زائر بجامعة جورج واشنطون بالولايات المتحدة
- شارك بأبحاثه فى اكثر من مائة مؤتمر سياحى قومى ودولى كما شارك فى وضع الخطط السياحية لأكثر من عشرين دولة
- سافر إلى معظم بلاد العالم اكثر من مرة
- له حوالى عشر مؤلفات فى القانون واكثر من ستين بحثا علميا ، وحوالى عشر مؤلفات فى السياحة واكثر من (مائة وعشرين بحثا علميا منشورة فى مصر وبريطانيا وسويسرا وأسبانيا والولايات المتحدة والبرازيل



المؤلف والكتاب

□ د . صلاح الدين عبد الوهاب

□ يعتبر علم التخطيط السياحي من العلوم الحديثة التي تتكامل فيها علوم أخرى عديدة .

ويشمل هذا العلم تخطيط العرض السياحي بما فيه من موارد طبيعية وحضارية وبيئية واجتماعية واقتصادية ، كما تشمل مقومات صناعة السياحة ذاتها من صناعة نقل وصناعة فنادق وصناعة المطاعم والملاهي ونشاطات شركات السياحة ، كما يشمل تخطيط الطلب السياحي وتتميز الدراسة بنماذج كالتخطيط السياحي الشامل والاقليمي في العالم المعاصر ومصر وفرنسا ويوغوسلافيا .

□ وتعتز دار الشعب باصدار هذه الدراسة الهامة بقلم الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب الذي شارك بأبحاثه في أكثر من مائة مؤتمر سياحي قومي دولي كما شارك في اعداد الخطط السياحية لاكثر من عشرين دولة وله اكثر من مائة وعشرين بحثا علميا منشورة في مصر وبريطانيا وسويسرا وأسبانيا والولايات المتحدة ، والذي شغل العديد من المناصب السياحية الهامة وعمل خبيرا بالامم المتحدة ومديرا لبرامج التنمية السياحية بمركز الامم المتحدة تورينو بإيطاليا بالاضافة إلى رئاسته للعديد من مجالس ادارات الشركات والمؤسسات السياحية ومن هنا تكمن قيمة أبحاثه ودراساته

الثمن ٤ جنيه